

**UNIVERSIDAD COMPLUTENSE DE MADRID**

**FACULTAD DE CIENCIAS DE LA INFORMACIÓN**  
**Departamento de Periodismo III**



**LA ÉTICA PERIODÍSTICA Y LOS MECANISMOS  
DE AUTOCONTROL DE LA PRENSA EN EL PERÚ.**

**MEMORIA PARA OPTAR AL GRADO DE DOCTOR**  
**PRESENTADA POR**

**Aldo Alejandro Vásquez Ríos**

Bajo la dirección del doctor

Porfirio Barroso Asenjo

**Madrid, 2010**

- **ISBN: 978-84-693-1815-7**



UNIVERSIDAD COMPLUTENSE DE MADRID  
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA INFORMACIÓN  
DEPARTAMENTO DE PERIODISMO III  
PROGRAMA: PLANTEAMIENTOS TEÓRICOS, ESTRUCTURALES Y  
ÉTICOS DE LA COMUNICACIÓN

TESIS DOCTORAL

**LA ÉTICA PERIODÍSTICA Y LOS  
MECANISMOS DE AUTOCONTROL DE  
LA PRENSA EN EL PERÚ**

Aldo Alejandro Vásquez Ríos

Director: Doctor Porfirio Barroso Asenjo  
Profesor Titular de Ética y Deontología Periodística  
Facultad de Ciencias de la Información  
Departamento de Periodismo III  
Universidad Complutense

MADRID 2009



**A Laura, Santiago y Cayetana**





## **AGRADECIMIENTOS**

En primer lugar a mi esposa María Laura y a mis hijos Santiago y Cayetana. Ellos saben cuánto tiempo han debido prestarme para cumplir con este propósito. Su compañía alivió mi fatiga.

Al profesor Porfirio Barroso Asenjo, mi generoso Director de Tesis. Su aliento, su acogida en Madrid y en la Universidad Complutense, su biblioteca abierta para mí, su corrección minuciosa, su disponibilidad permanente, fueron el mejor estímulo para investigar.

A los directivos de los gremios representativos de la prensa en el Perú y de diarios y revistas, a los varios académicos que compartieron sus ideas con el autor, a las autoridades de la Universidad de San Martín de Porres en Lima y al personal de las bibliotecas consultadas, por todas las facilidades recibidas. El listado personal sería siempre extenso y las omisiones injustas.

A todos mi gratitud sincera.



|   |        |
|---|--------|
| <b>Capítulo I. Introducción</b>   | 11     |
| I.1. Planteamientos generales   | 13     |
| I.2. Investigaciones precedentes y estado actual del tema                   | 14     |
| I.2.1. Ubicación epistemológica de la ética en la teoría de la comunicación | 14     |
| I.2.2. Ámbito de aplicación de la ética en la actividad periodística        | 14     |
| I.2.3. Mecanismos de autocontrol en el periodismo                           | 15     |
| I.2.4. La ética del periodismo en el Perú                                   | 15     |
| I.3. Delimitación y justificación de la investigación                       | 15     |
| I.4. Hipótesis  | 16     |
| I.5. Objetivos  | 16     |
| I.5.1. Objetivo general   | 16     |
| I.5.2. Objetivos específicos  | 16     |
| I.6. Estructura   | 17     |
| I.6.1. Marco teórico  | 18     |
| I.6.2. Investigación empírica   | 20     |
| I.7. Metodología y fuentes  | 20     |
| <br><b>Capítulo II. La ética y la teoría de la comunicación</b>             | <br>23 |
| II.1. Introducción  | 25     |
| II.1.1. El estudio de los efectos y de la persuasión                        | 25     |
| II.1.2. La responsabilidad social de los medios de comunicación             | 28     |
| II.2. Enfoques teóricos sobre la comunicación e implicaciones éticas        | 30     |
| II.2.1. Enfoque positivista   | 30     |
| II.2.1.1. Corrientes  | 32     |
| II.2.1.1.1. Aguja hipodérmica   | 33     |
| II.2.1.1.2. Análisis funcional  | 34     |

|   |    |
|---|----|
| II.2.1.1.3. Influencia personal .....   | 36 |
| II.2.1.1.4. Usos y gratificaciones .....  | 37 |
| II.2.1.1.5. Disonancia cognoscitiva .....   | 38 |
| II.2.1.1.6. Difusionismo .....  | 38 |
| II.2.1.1.7. Agenda <i>Setting</i> .....   | 39 |
| II.2.1.1.8. El medio es el mensaje .....  | 40 |
| II.2.1.2. Implicaciones éticas .....  | 41 |
| II.2.2. Enfoque crítico .....   | 42 |
| II.2.2.1. Corrientes .....  | 43 |
| II.2.2.1.1. Escuela crítica de Frankfurt .....  | 43 |
| II.2.2.1.2. Imperialismo cultural .....   | 45 |
| II.2.2.1.3. Estudios culturales .....   | 46 |
| II.2.2.2. Implicaciones éticas .....  | 49 |
| II.2.3. Hacia un nuevo paradigma .....  | 49 |
| II.2.3.1. Características .....   | 51 |
| II.2.3.1.1. Horizontalidad .....  | 51 |
| II.2.3.1.2. Participación .....   | 52 |
| II.2.3.1.3. Algunos aportes latinoamericanos .....                                      | 52 |
| II.2.3.1.3.1. La denuncia de la dependencia en el desarrollo cultural .....             | 53 |
| II.2.3.1.3.2. Las políticas nacionales y la democratización de la<br>comunicación ..... | 55 |
| II.2.3.1.3.3. El fomento de la comunicación popular o alternativa .....                 | 57 |
| II.2.3.1.3.4. El estudio de la cultura y de las mediaciones .....                       | 59 |
| II.2.3.2. Implicaciones éticas .....  | 60 |
| II. 3. Aportes sobre la relación entre teoría de la comunicación y ética .....          | 60 |
| II. 3.1. Relación entre ciencia y ética .....   | 61 |

|   |           |
|---|-----------|
| II. 3.2. Relación entre ciencias de la comunicación y ética .....                   | 65        |
| II. 3.2.1. La dimensión ética de la teoría .....                                    | 68        |
| II. 3.2.2. Implicaciones éticas en los paradigmas teóricos de la comunicación ..... | 68        |
| II. 3.2.3. La ética como requisito de integralidad .....                            | 70        |
| II. 3.2.4. La ética como indicador de la autenticidad de la información .....       | 71        |
| II. 3.2.5. La relación indisoluble entre ética y periodismo .....                   | 72        |
| II. 3.3. La Teoría de la Acción Comunicativa y de la Ética Discursiva .....         | 74        |
| II. 4. Conclusión .....   | 80        |
| <br><b>Capítulo III. La ética y su aplicación en el periodismo .....</b>            | <b>85</b> |
| III.1. Introducción .....   | 87        |
| III.2. Relaciones de la ética con la moral y el derecho .....                       | 87        |
| III.2.1. Ética y moral .....  | 87        |
| III.2.1.1. Antecedentes .....   | 87        |
| III.2.1.2. Etimología .....   | 88        |
| III.2.1.3. Definiciones de ética .....  | 90        |
| III.2.1.4. Definiciones de moral .....  | 96        |
| III.2.1.5. Semejanzas y diferencias .....   | 97        |
| III.2.2. Ética y derecho .....  | 102       |
| III.2.2.1. Antecedentes .....   | 102       |
| III.2.2.2. Etimología .....   | 106       |
| III.2.2.3. Definiciones de derecho .....  | 106       |
| III.2.2.4. Semejanzas y diferencias .....   | 108       |
| III.3. Principales teorías éticas .....   | 114       |
| III.3.1. Ética clásica .....  | 116       |
| III.3.2. Ética kantiana .....   | 117       |

|   |     |
|---|-----|
| III.3.3. Ética marxista .....   | 119 |
| III.3.4. Ética axiológica o ética de los valores .....                                    | 120 |
| III.3.5. Ética existencialista .....  | 121 |
| III.3.6. Ética personalista .....   | 122 |
| III.3.7. Ética de situación .....   | 124 |
| III.3.8. Ética anarquista .....   | 126 |
| III.3.9. Ética comunicativa o ética dialógica .....                                       | 127 |
| III.3.10. Ética de la responsabilidad indefinida .....                                    | 129 |
| III.4. Ética profesional .....  | 131 |
| III.4.1. Naturaleza de la profesión .....   | 131 |
| III.4.2. La ética y las profesiones .....   | 133 |
| III.4.3. La ética profesional como ética aplicada .....                                   | 134 |
| III.4.4. Características de la ética profesional .....                                    | 137 |
| III.5. Ética periodística .....   | 138 |
| III.5.1. Antecedentes .....   | 138 |
| III.5.2. La ética y la profesión del periodista .....                                     | 141 |
| III.5.3. La ética periodística y su enseñanza .....                                       | 149 |
| III.6. Deontología periodística y sus contenidos clásicos .....                           | 157 |
| III.6.1. La libertad de expresión .....   | 160 |
| III.6.2. La libertad de información .....   | 163 |
| III.6.3. Límites a las libertades de expresión e información .....                        | 170 |
| III.6.3.1. La intimidad .....   | 172 |
| III.6.3.2. El honor .....   | 174 |
| III.6.4. Solución de conflictos entre intimidad y libertad de información .....           | 176 |
| III.6.5. Solución de conflictos entre honor y libertades de expresión e información ..... | 182 |
| III. 7. Conclusión .....  | 184 |

|   |     |
|---|-----|
| <b>Capítulo IV. El autocontrol y sus mecanismos</b>                   | 187 |
| IV.1. Introducción  | 189 |
| IV.2. Autocontrol   | 190 |
| IV.2.1. Antecedentes  | 190 |
| IV.2.2. Objetivos   | 195 |
| IV.2.3. Sujetos   | 198 |
| IV.2.4. Condiciones   | 200 |
| IV.2.5. Beneficios  | 201 |
| IV.2.6. Autocontrol y autorregulación                                 | 202 |
| IV.2.7. Autocensura y autorregulación                                 | 203 |
| IV.2.8. El autocontrol como responsabilidad y garantía de la libertad | 205 |
| IV.3. Diferencias con el heterocontrol                                | 206 |
| IV.4. Mecanismos de autocontrol                                       | 211 |
| IV.4.1. Documentos  | 213 |
| IV.4.1.1. Códigos Deontológicos                                       | 213 |
| IV.4.1.1.1. Origen  | 213 |
| IV.4.1.1.2. Concepto  | 216 |
| IV.4.1.1.3. Contenidos  | 219 |
| IV.4.1.1.4. Cuestionamientos  | 221 |
| IV.4.1.2. Libros de Estilo  | 224 |
| IV.4.1.2.1. Origen  | 224 |
| IV.4.1.2.2. Concepto  | 225 |
| IV.4.1.2.3. Contenidos  | 226 |
| IV.4.1.2.4. Cuestionamientos  | 227 |
| IV.4.1.3. Estatutos de Redacción                                      | 229 |
| IV. 4.1.3.1. Origen   | 229 |



|   |     |
|---|-----|
| IV. 4.1.3.2. Concepto .....                                 | 231 |
| IV. 4.1.3.3. Contenidos .....                               | 232 |
| IV. 4.1.3.2. Cuestionamientos .....                         | 235 |
| IV.4.2. Organismos .....                                    | 235 |
| IV.4.2.1. Tribunales de Honor .....                         | 235 |
| IV.4.2.1.1. Origen .....                                    | 235 |
| IV.4.2.1.2. Concepto .....                                  | 237 |
| IV.4.2.1.3. Características .....                           | 237 |
| IV.4.2.1.4. Cuestionamientos .....                          | 238 |
| IV.4.2.2. Consejos de Prensa .....                          | 239 |
| IV.4.2.2.1. Origen .....                                    | 239 |
| IV.4.2.2.2. Concepto .....                                  | 243 |
| IV.4.2.2.3. Características .....                           | 244 |
| IV.4.2.2.4. Cuestionamientos .....                          | 245 |
| IV.4.2.3. Observatorios de Prensa .....                     | 246 |
| IV.4.2.3.1. Origen .....                                    | 246 |
| IV.4.2.3.2. Concepto .....                                  | 250 |
| IV.4.2.3.3. Características .....                           | 252 |
| IV.4.2.3.4. Cuestionamientos .....                          | 256 |
| IV.4.2.4. Defensorías del Lector ( <i>Ombudsman</i> ) ..... | 259 |
| IV.4.2.4.1. Origen .....                                    | 259 |
| IV.4.2.4.2. Concepto .....                                  | 266 |
| IV.4.2.4.3. Características .....                           | 267 |
| IV.4.2.4.4. Cuestionamientos .....                          | 270 |
| IV.5. Conclusión .....                                      | 271 |

|  |     |
|--|-----|
| <b>Capítulo V. Ética del periodismo en el Perú</b> .....                       | 275 |
| V.1. Introducción .....  | 277 |
| V.2. Antecedentes. Entre la censura y la libertad de imprenta .....            | 278 |
| V.2.1. Licencias previas .....   | 279 |
| V.2.2. Relaciones, noticiarios y libelos .....                                 | 281 |
| V.2.3. Primeras gacetas y periódicos .....                                     | 283 |
| V.2.4. Legislación de imprenta .....   | 289 |
| V.2.5. Libertad de imprenta .....  | 290 |
| V.3. Prensa Doctrinal. De la regulación colonial a la republicana .....        | 293 |
| V.3.1. Prensa constitucionalista, fidelista y patriota .....                   | 294 |
| V.3.2. Proclamación republicana de la libertad de imprenta .....               | 298 |
| V.4. Prensa en la república. La tolerancia de la ley de imprenta de 1823 ..... | 300 |
| V.4.1. Sistema de jurados .....  | 301 |
| V.4.2. Primeros periódicos republicanos .....                                  | 305 |
| V.5. De la prensa doctrinal a la partidaria. El periodismo virulento .....     | 307 |
| V.5.1. Primeros atisbos de organización de los periodistas .....               | 310 |
| V.5.2. Reglamento de Policía y Moralidad .....                                 | 312 |
| V.5.3. Breve supresión del sistema de jurados .....                            | 313 |
| V.5.4. Comunicados o remitidos .....   | 316 |
| V.5.5. Caricatura .....  | 318 |
| V.5.6. Inestabilidad y centralismo de la prensa peruana .....                  | 318 |
| V.6. Prensa Partidaria, crisis de entreguerras y reconstrucción nacional ..... | 320 |
| V.6.1. La dependencia de los partidos .....                                    | 320 |
| V.6.2. La prensa durante la guerra con Chile .....                             | 322 |
| V.6.3. El periodismo anarquista de González Prada .....                        | 325 |
| V.6.4. Nuevo esfuerzo de organización del gremio .....                         | 326 |

## Índice

|   |     |
|---|-----|
| V.6.5. Embates contra la prensa .....                                   | 327 |
| V.6.6. Balance de la prensa peruana del siglo XIX .....                 | 329 |
| V.7. La república aristocrática y el periodismo popular .....           | 330 |
| V.7.1. Periodismo anarquista, social, satírico y popular .....          | 330 |
| V.7.2. Hacia una Asociación de Periodistas .....                        | 332 |
| V.8. Prensa de masas .....  | 334 |
| V.8.1. Ambiente político y social .....                                 | 334 |
| V.8.2. Periódicos masivos .....   | 336 |
| V.8.3. Prensa sensacionalista .....                                     | 340 |
| V.8.4. Abolición de los jurados de prensa y legislación represiva ..... | 342 |
| V.8.5. Establecimiento de los gremios de periodistas .....              | 345 |
| V.8.6. Reconocimiento de la profesión de periodista .....               | 346 |
| V.9. Prensa “parametrada” .....   | 348 |
| V.9.1. Parámetros de la revolución .....                                | 350 |
| V.9.2. Confiscación de la prensa .....                                  | 351 |
| V.9.3. El retorno de las libertades públicas .....                      | 352 |
| V.10. La prensa en tiempos de terrorismo .....                          | 354 |
| V.10.1. Responsabilidad de la prensa .....                              | 354 |
| V.10.2. Nuevo sensacionalismo .....                                     | 356 |
| V.10.3. El Colegio de Periodistas .....                                 | 357 |
| V.11. Periodismo dependiente .....                                      | 358 |
| V.11.1. Manipulación de la prensa y compra de la línea editorial .....  | 360 |
| V.11.2. Relanzamiento de la ética periodística .....                    | 362 |
| V.12. Cuadro sintético .....  | 363 |
| V.13. Conclusión .....  | 374 |

|  |     |
|--|-----|
| <b>Capítulo VI. Aplicación de mecanismos de autocontrol en la prensa del Perú</b>        | 379 |
| VI.1. Introducción   | 381 |
| VI.2. Documentos   | 389 |
| VI.2.1. Los códigos deontológicos  | 389 |
| VI.2.1.1. Códigos gremiales  | 389 |
| VI.2.1.1.1. Código de Ética de la Federación de Periodistas del Perú                     | 389 |
| VI.2.1.1.2. Carta Ética de la Asociación Nacional de Periodistas del Perú                | 390 |
| VI.2.1.1.3. Código de Ética del Colegio de Periodistas del Perú                          | 392 |
| VI.2.1.1.4. Código de Ética Unificado de la Industria de la Comunicación                 | 393 |
| VI.2.1.1.5. Código de Ética y Deontología del Círculo de Periodistas Deportivos del Perú | 395 |
| VI.2.1.2. Códigos de Ética de los Medios de Comunicación                                 | 396 |
| VI.2.1.2.1. Principios Rectores del Grupo <i>El Comercio</i>                             | 396 |
| VI.2.1.2.2. Código de Ética Participativo del diario <i>El Tiempo</i> (Piura)            | 397 |
| VI.2.1.2.3. Códigos de Ética de las Publicaciones del Grupo Apoyo                        | 398 |
| VI.2.1.3. Contenidos sustantivos en los códigos de ética                                 | 399 |
| VI.2.2. Libros de Estilo   | 411 |
| VI.2.2.1. Libro de Estilo del diario <i>El Comercio</i>                                  | 411 |
| VI.2.3. Estatutos de Redacción   | 413 |
| VI.3. Organismos   | 416 |
| VI.3.1. Tribunales de Honor  | 416 |
| VI.3.1.1. Tribunales de Honor de los gremios vinculados a la comunicación social         | 416 |
| VI.3.1.1.1. Colegio de Periodistas del Perú  | 416 |
| VI.3.1.1.2. Federación de Periodistas del Perú (FPP)                                     | 418 |
| VI.3.1.1.3. Asociación Nacional de Periodistas del Perú (ANP)                            | 420 |
| VI.3.1.1.4. Círculo de Periodistas Deportivos del Perú                                   | 424 |

|   |                |
|---|----------------|
| VI.3.1.2. Sistematización de datos sobre los tribunales de honor .....  | 425            |
| <b>VI.3.2. Consejos de Prensa .....</b>   | <b>426</b>     |
| VI.3.2.1. Tribunal de Ética del Consejo de la Prensa Peruana .....  | 426            |
| VI.3.2.1.1. Antecedentes .....  | 426            |
| VI.3.2.1.2. Sistematización de datos sobre el Tribunal de Ética del Consejo de la Prensa Peruana .....  | 429            |
| VI.3.2.1.3. Actuación del Tribunal de Ética del Consejo de la Prensa Peruana respecto de la Comisión de Quejas y Deontología de la FAPE (España) y de la <i>Press Complaints Commission</i> (Reino Unido) ..... | 441            |
| VI.3.2.1.3.1. Análisis de las resoluciones de la Comisión de Quejas de la FAPE .....  | 442            |
| VI.3.2.1.3.2. Análisis de las resoluciones de la <i>Press Complaints Commission</i> .....   | 450            |
| VI.3.2.1.3.3. Datos comparativos .....  | 457            |
| <b>VI.3.3. Ombudsman .....</b>  | <b>468</b>     |
| <b>VI.3.4. Auditorías y Observatorios de Prensa .....</b>   | <b>471</b>     |
| VI.3.4.1. Veeduría Ciudadana de la Comunicación Social .....  | 471            |
| <b>VI.4. Conclusión .....</b>   | <b>472</b>     |
| <br><b>Capítulo VII. Conclusiones .....</b>   | <br><b>477</b> |
| <b>Bibliografía y hemerografía .....</b>  | <b>485</b>     |
| <b>Anexos .....</b>   | <b>527</b>     |

## **Capítulo I. Introducción**



### I.1. Planteamientos generales

La enorme importancia que han cobrado los medios de comunicación en nuestro tiempo, al que se reconoce de modo creciente como la Sociedad de la Información, ha traído consigo una significativa preocupación en torno a la necesidad del cumplimiento de comportamientos éticos en el ejercicio de la actividad periodística.

La evidencia científica muestra la capacidad de los medios de influir en la vida social, mediante efectos acumulativos que contribuyen a delinear las percepciones de los individuos sobre los hechos sociales, así como la valoración que de ellos realizan. Al respecto McLuhan afirmaba que detrás de los medios de comunicación social se encontraba una realidad no sólo técnica, sino también social y ética. A causa de los medios de comunicación social él veía el nacimiento de un nuevo tipo de hombre y de sociedad<sup>1</sup>.

La preocupación por la ética periodística no es reciente. Sin embargo, el estudio de la misma se ha ido sistematizando y abarcando nuevos aspectos, que van más allá de sus fundamentos filosóficos para concretarse en prácticas cotidianas, capaces de garantizar la efectividad de los principios y valores que la inspiran. Esto es posible lograrlo a través de un conjunto de mecanismos de autocontrol de la prensa, surgidos a partir de diversas experiencias en países disímiles entre sí.

En los últimos años se han constituido en el Perú algunos de esos mecanismos de autocontrol de la prensa. No obstante, no se percibe todavía un correlato en la elevación de la calidad de los contenidos periodísticos de la prensa de circulación nacional en el país.

Creemos por ello que es necesario auscultar el funcionamiento de esos mecanismos de autocontrol en el Perú, a fin de esclarecer sus características y las regularidades que se perciben en sus decisiones, entre otros elementos que pueden contribuir, de una parte, a una mayor comprensión de su funcionamiento y, de otra, a la mejor aplicación de los criterios que aportan.

---

<sup>1</sup>.- Cfr. MCLUHAN, Marshall (1968): *Pour comprendre les Media*. París, Editions du Seuil, p. 23.



## I.2. Investigaciones precedentes y estado actual del tema

No existen investigaciones específicas sobre el funcionamiento de los mecanismos de autocontrol de la prensa en el Perú. Ello se explica por la corta vigencia de estos y por su todavía limitada influencia. No obstante, hay una abundante bibliografía que nos permite desarrollar un marco teórico y conceptual.

### I.2.1. Ubicación epistemológica de la ética en la teoría de la comunicación

Porfirio Barroso, en su artículo “*Ética y Ciencia*”, ha aportado un conjunto de elementos para entender la relación entre ambos saberes. Sobre ese mismo nexo hemos encontrado información en su *Proyecto Docente e Investigador. Ética y Deontología de la Información Periodística*.

Niceto Blázquez ha sostenido, en su libro *La nueva ética en los medios de comunicación*, la relación entre ética y teoría de la información. Para ello ha repasado las diversas corrientes teóricas y ha mostrado en cada una de ellas la conexión con la ética. Por nuestra parte hemos auscultado ese mismo nexo, haciendo nuestra propia revisión de los textos de los autores fundamentales de las corrientes positivista y crítica, así como de los aportes de los autores latinoamericanos.

También prestamos especial atención a los aportes de Jürgen Habermas y de Kart Otto Apel, sobre la *Teoría de la Acción Comunicativa* y el rol que en ella se asigna a la ética dialógica.

### I.2.2. Ámbito de aplicación de la ética en la actividad periodística

Sobre la ética y sus relaciones con la moral y el derecho nos hemos servido de los numerosos aportes de Porfirio Barroso y de Giorgio del Vecchio, respectivamente. Sobre las diversas teorías éticas hemos seguido al mismo Barroso y sobre sus aplicaciones en el ámbito de las profesiones y del periodismo a Adela Cortina, John Merrill, Ernesto Villanueva y Hugo Aznar, entre otros. En materia de deontología periodística y sus contenidos, hemos citado con frecuencia a los mencionados Barroso y Villanueva, además de Javier Darío Restrepo.

### I.2.3. Mecanismos de autocontrol en el periodismo

Hay abundante bibliografía sobre los mecanismos de autocontrol. Para cada uno de ellos hemos encontrado valiosos materiales, sobre todo artículos científicos publicados en numerosas revistas de Hispanoamérica. Algunos de los autores a los que más hemos acudido sobre esta materia son Gerardo Albarrán, Porfirio Barroso, Marc Carrillo, Susana Herrera y Germán Rey.

### I.2.4. La ética del periodismo en el Perú

Aunque no abundan las obras específicas sobre la ética periodística en el Perú, hemos podido reconstruir buena parte de ese itinerario, especialmente a partir de la *Historia de la República del Perú*, de Jorge Basadre, y de la copiosa producción sobre la historia de la prensa de Juan Gargúrevich, así como los más recientes aportes de Alberto Varillas.

### I.3. Delimitación y justificación de la investigación

En esta tesis nos proponemos efectuar un estudio sobre la ética periodística en el Perú y la aplicación de los mecanismos de autocontrol de la prensa. Cuando aludimos a la ética periodística, comprendemos en ella tanto los principios que la sustentan como su aplicación a lo largo del tiempo. Cuando nos referimos al autocontrol lo hacemos en función de los conceptos desarrollados en el capítulo IV de la tesis. La aplicación a la prensa en el Perú está referida exclusivamente al periodismo escrito de circulación nacional.

El presente trabajo puede justificarse a partir de la inexistencia de investigaciones que aborden estos mecanismos en el Perú pero, sobre todo, por la necesidad de elevar los niveles éticos del periodismo peruano, que hace unos pocos años se vio en una crisis moral generalizada, como consecuencia de la probada venta de la línea editorial e informativa que hicieron numerosos medios de comunicación, a favor del gobierno del ex presidente Alberto Fujimori.

## Capítulo I. Introducción

### I.4. Hipótesis

*Los mecanismos de autocontrol de la prensa en el Perú, pese a su carácter incipiente, están contribuyendo ya a revertir el vacío histórico en el tratamiento de la ética periodística en ese país.*

A partir de esta hipótesis general deseamos también verificar la validez de las siguientes hipótesis derivadas:

- a) La historia del periodismo en el Perú está caracterizada por el escaso cumplimiento de los principios universales de la ética periodística.
- b) La ambigüedad de los mecanismos de control público de la prensa incidió históricamente en la escasa calidad ética del periodismo peruano.
- d) La existencia de mecanismos internos de autocontrol en los medios favorece adecuados comportamientos éticos en los mismos y una reducción de las denuncias del público por violaciones de principios éticos.
- e) La función pedagógica de los mecanismos de autocontrol contribuye a un mejor tratamiento periodístico y a una creciente legitimidad entre el público.

### I.5. Objetivos

#### I.5.1. Objetivo general:

- a) Explicar la evolución de la ética periodística en el Perú y su aplicación contemporánea mediante mecanismos de autocontrol de la prensa.

#### I.5.2. Objetivos específicos:

- a) Indagar sobre la ubicación de la ética frente a la teoría de la comunicación.
- b) Establecer el ámbito de aplicación de la ética en la actividad periodística.

- c) Señalar los orígenes, conceptos, características y cuestionamientos respecto de los mecanismos de autocontrol en el periodismo.
- d) Mostrar la evolución histórica del periodismo en el Perú, de sus implicaciones éticas y de sus mecanismos de regulación.
- e) Determinar las características de los documentos y organismos de autocontrol de la prensa en el Perú.
- f) Explicar la relación entre la adecuada formulación de los mecanismos de autocontrol de la prensa en el Perú y la eficacia de los mismos.
- g) Establecer el nexo entre el desconocimiento del público de los mecanismos de autocontrol y la recurrencia a los mismos.

#### I.6. Estructura

Puede distinguirse dos partes en esta tesis. La primera es nuestro marco teórico y conceptual, en el que procuramos presentar con detalle, de un modo sistemático, los aportes de los autores que consideramos más relevantes, tanto para el esclarecimiento de la ubicación epistemológica de la ética, en relación con la teoría de la comunicación, como para la comprensión de los alcances de la ética periodística y de los mecanismos de autocontrol. Este marco teórico está desarrollado en los capítulos II, III y IV. La segunda parte, contenida en los capítulos V y VI, se centra en el estudio de la ética periodística y de los mecanismos de autocontrol aplicados al caso del Perú. Para ello se analiza en clave ética la historia de la prensa en el Perú y se ausculta el funcionamiento actual de sus mecanismos de autocontrol. Es allí donde es posible encontrar los aportes más relevantes de esta investigación que, confiamos, podrían ser útiles tanto para la difusión y comprensión del tema, como para el perfeccionamiento del autocontrol.

La secuencia de los capítulos está estructurada en función de los objetivos específicos señalados. Así, en el capítulo segundo procuramos establecer la conexión entre la ética y las ciencias de la comunicación, a fin de evidenciar el estatuto

epistemológico de este ámbito del conocimiento en el campo de la comunicación social en general y del periodismo en particular. En el capítulo tercero presentamos el concepto de ética y sus relaciones con la moral y el derecho, para después hacer un análisis de cada una de las más importantes teorías éticas. Luego, en el mismo capítulo, aludimos a las aplicaciones de la ética en el campo de las profesiones y del periodismo. Finalmente, abordamos algunos contenidos clásicos de la deontología periodística. En el cuarto capítulo nos abocamos al estudio del autocontrol y de sus mecanismos. Analizamos la naturaleza y características de los códigos deontológicos, los libros de estilo, los estatutos de redacción, los tribunales de honor, los consejos de prensa, los observatorios de la prensa y los *Ombudsman* o defensores del público.

El quinto capítulo presenta la evolución del periodismo en el Perú, con especial atención a las normas que han regulado la actuación de la prensa, así como a su comportamiento ético. El capítulo sexto presenta el trabajo de campo de la tesis y constituye su mayor aportación, en la medida que ofrece conocimiento nuevo sobre el funcionamiento de los mecanismos de autocontrol en el Perú. Allí desarrollamos los tres últimos objetivos específicos de nuestra tesis.

#### I.6.1. Marco Teórico

La redacción del marco teórico “debe incluir tanto una teoría general de la sociedad como teorías sustantivas aplicadas al problema específico”<sup>2</sup>. Al mismo tiempo, una de las funciones del marco teórico es ofrecer conceptos y proposiciones para “guiar al investigador para que éste se centre en su problema evitando desviaciones del planteamiento original”<sup>3</sup>. Hemos procurado que este marco teórico cumpla con ambas condiciones. Siguiendo el primer postulado, hacemos una presentación de la teoría general de la comunicación, que concluye en la existencia de una influencia efectiva de los medios sobre las conductas del público. Allí está, a nuestro juicio, el fundamento último de la responsabilidad ética de los medios. Algunas otras teorías sustantivas

---

<sup>2</sup>.- SAUTU, Ruth *et al.* (2005): *Manual de Metodología. Construcción del marco teórico, formulación de los objetivos y elección de la metodología*. Buenos Aires, CLACSO, 2005, p. 192. Recuperado el 12 de diciembre de 2008 en <http://www.clacso.org.ar/biblioteca>.

<sup>3</sup>.- HERNÁNDEZ SAMPIERI, Roberto *et al.* (1997): *Metodología de la Investigación*. México, McGraw Hill, p. 22.

aplicadas a nuestro problema específico de investigación aluden a la especificidad de la ética periodística y al autocontrol de la prensa como instrumento para su concreción.

Creemos que este marco teórico nos da luces suficientes para abordar nuestro problema de investigación, sobre la ética periodística en el Perú y los mecanismos de autocontrol de la prensa. Para analizar estos mecanismos era necesario, a nuestro entender, comprender la relevancia que tiene la ética periodística, a la luz de los hallazgos de la propia teoría de la comunicación, que asigna un papel central a los medios en la modelación de las conductas de las personas. Si es de tal magnitud esa influencia entonces se impone, como lógica consecuencia, su responsabilidad ante la sociedad. Nos pareció así conveniente establecer una premisa, sobre el fundamento de la responsabilidad de los medios, que conduce al ejercicio de mecanismos de autocontrol.

Esos medios, tan poderosos, requieren plasmar esa responsabilidad en principios éticos, lo cual nos ha llevado a reflexionar, también desde un punto de vista teórico, sobre los alcances de la ética aplicada al periodismo, para no confundirlos con el mero moralismo o con la acción compulsiva del derecho. Así por ejemplo, el profundizar en las relaciones entre la ética y el derecho, que nos muestra un área compartida entre ambas disciplinas, nos ha permitido reconocer, en nuestro estudio sobre el recorrido histórico de la ética periodística en el Perú, la presencia de postulados éticos en su legislación de prensa.

Mucho más clara es la relación entre los desarrollos teóricos sobre el autocontrol y sus mecanismos y nuestro problema de investigación, centrado en esa misma materia. Al presentar las diferentes formas de clasificación de los mecanismos de autocontrol de la prensa, hemos podido fijar las categorías que luego han sido objeto de análisis en nuestro trabajo de campo sobre el caso particular del Perú.

En el marco teórico no pretendemos tanto destacar nuestras opiniones, como las de los autores citados. El modesto aporte que hacemos en esta fase, si acaso hay alguno, radica más bien en la selección y sistematización de las fuentes que nos han parecido más pertinentes. Tal selección implica ya una toma de posición y la adhesión a un determinado cuerpo teórico. Así, al recorrer las teorías positivista y crítica, y los nuevos paradigmas que procuran una relación más horizontal en el proceso de comunicación,

mostramos nuestra preferencia por estos últimos. De igual modo, al analizar la relación entre la ética y el derecho hacemos evidente nuestra inclinación hacia los presupuestos teóricos de Del Vecchio, las reflexiones de Barroso y Talavera y la Teoría Tridimensional del Derecho de García Maynes y de Reale. Finalmente, cuando discutimos los mecanismos de autocontrol de la prensa, optamos por la propuesta de sistematización de Omar Raúl Martínez, dejando de lado otras consignadas en nuestro texto.

#### **I.6.2. Investigación empírica**

Nuestra investigación empírica pretende demostrar, en base a los datos aportados por la realidad, la validez de nuestra hipótesis principal y de las hipótesis derivadas. En esta fase procuramos aportar conocimiento nuevo a la comunidad científica sobre la evolución de la ética periodística en el Perú y sobre el funcionamiento de los mecanismos de autocontrol de la prensa peruana.

Si bien hay valiosas investigaciones sobre la historia del periodismo en el Perú, éstas no han incidido tanto en los aspectos éticos. Por nuestra parte hemos tratado de hacer una reconstrucción diacrónica desde los hitos que, creemos, marcan el devenir de la ética periodística en el Perú. Asimismo, hemos querido explicar sus causas y consecuencias.

Parte medular de nuestra investigación empírica se ha centrado, además, en la búsqueda de información sobre los contenidos y el modo de funcionamiento de los mecanismos de autocontrol de la prensa en el Perú. La tesis aporta, en este punto, un conjunto de hallazgos que permiten establecer ciertas características y regularidades que no habían sido estudiadas hasta ahora.

#### **I. 7. Metodología y Fuentes**

Nuestra tesis utiliza elementos del método descriptivo, en cuanto procura describir, clasificar e interpretar el fenómeno materia de la investigación en cada uno de sus elementos característicos. También consideramos el método comparativo, cuando

auscultamos la diversidad de soluciones deontológicas propuestas en ámbitos distintos a problemas comunes en el campo de la ética periodística.

Hemos utilizado numerosas fuentes primarias y secundarias para el desarrollo del marco teórico y conceptual. Estas han sido halladas en diversas bibliotecas: la personal de nuestro Director de Tesis, que cuenta con una riquísima variedad de libros y artículos sobre la materia específica; las bibliotecas de la Universidad Complutense de Madrid y de la Universidad de Navarra en España; y la biblioteca de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Martín de Porres, en Lima.

Para la realización de nuestra investigación empírica hemos usado diversas fuentes primarias, como la legislación de indias y la republicana, así como documentos diversos, entre los que destacan los códigos deontológicos y las resoluciones del Tribunal de Ética del Consejo de la Prensa Peruana y las de sus pares británico y español, para efectos de comparación. Las técnicas aplicadas han sido la observación y el análisis de textos. De igual forma hemos requerido la entrevista en profundidad para obtener información sobre la experiencia en el funcionamiento de los mecanismos de autocontrol. Nuestros informantes claves han sido los principales directivos de los gremios del periodismo en el Perú.





## **Capítulo II. La ética y la teoría de la comunicación**



## II.1. Introducción

En este capítulo deseamos dejar constancia, desde una perspectiva teórica, de la función trascendental de los medios de comunicación en la formación de la opinión pública y del lugar que ocupa la ética en la gestión de estos poderosos recursos. El estudio de esta compleja relación nos parece pertinente, más aún en una tesis defendida en el marco de un programa de doctorado bajo la denominación *Planteamientos Teóricos, Estructurales y Éticos de la Comunicación*, que sugiere ya esa ineludible conexión. Ello nos lleva, en primer término, a formular una presentación en torno de la inquietud primigenia en la investigación sobre la comunicación: el estudio sobre sus efectos. Luego pasamos revista a los más relevantes enfoques teóricos sobre la comunicación, con especial atención a las contribuciones latinoamericanas en la materia. En cada una de esas elaboraciones es posible encontrar, de modo implícito o explícito, la preeminencia de unos valores o, en definitiva, de una opción ética. Finalmente, nos detenemos en el análisis de algunos aportes de la academia que, más allá de meras intuiciones, plantean ya de un modo cada vez más sistemático un lugar central para la ética en el estudio teórico de la comunicación.

Los estudios sobre los mecanismos de autocontrol, como el que hacemos en esta tesis para el caso del Perú, carecerían de sentido si no hubiera un fundamento teórico sobre la responsabilidad de los medios de comunicación. Tal responsabilidad, a su vez, emana de los reiterados hallazgos de la teoría de la comunicación sobre la influencia de los medios en las conductas de las personas. O dicho de otra forma: el autocontrol de la prensa y sus mecanismos sólo tienen razón de ser en la medida en que los medios de comunicación son capaces de ejercer una influencia relevante en las conductas de los individuos. Si esta influencia no existiera, o fuera marginal, entonces el objeto mismo de nuestra tesis carecería de fundamento. El estudio de los mecanismos de autocontrol sería un vano ejercicio, una exquisitez intelectual sin relevancia académica y social.

### II.1.1. El estudio de los efectos y de la persuasión

La comunicación, ha dicho Wilbur Schramm (1907-1987), es quizá el proceso social fundamental, sin el cual no existirían ni grupos humanos ni sociedades. Su estudio, por ello, ha resultado indispensable para la comprensión de las conductas de las

personas, individual o socialmente consideradas. Las primeras investigaciones científicas al respecto se produjeron en los Estados Unidos<sup>4</sup> y algunos de sus fundadores fueron Paul Lazarsfeld, Kurt Lewin, Harold Lasswell y Carl Hovland.

La investigación de la comunicación ha dedicado buena parte de su atención al estudio de los efectos de los medios masivos, de las informaciones que ofrecen y de su capacidad de persuasión mediante campañas propagandísticas. Ello no es casual. Ciertamente, un acto de comunicación persigue el propósito de lograr un efecto, muchas veces tendiente al cambio de actitudes, lo cual le da sentido al proceso de comunicación y podría situar al receptor en una posición de dependencia respecto del emisor. De hecho puede afirmarse que en gran medida nuestras creencias y opiniones tienen un fundamento en mensajes difundidos por los medios de comunicación. No obstante, resulta extremadamente complejo determinar su grado de influencia y el tipo de efecto causado por ellos, más aún cuando puede suponerse también otras causas coincidentes<sup>5</sup>.

Durante las primeras décadas del siglo XX se adjudicó a los medios de comunicación de masas una capacidad ilimitada de causar efectos en sus públicos. La investigación científica de la comunicación se orientó a estudiar los efectos causados por las producciones cinematográficas y las programaciones radiales. No obstante, hacia la década de 1960 se afirmó un general reconocimiento de que los medios no eran los únicos causantes de todas las consecuencias que se le atribuían. Otras circunstancias conexas de la más diversa índole podían también incidir en aquellos efectos.

La investigación de la comunicación, en sus inicios, prestó también su mayor interés a los efectos a corto plazo. Sin embargo, hoy existe abundante evidencia de que los medios carecen de fuerza suficiente para influir de modo determinante en las

---

<sup>4</sup>.- Cfr. SCHRAMM, Wilbur (1982): *“Investigación acerca de la comunicación en los Estados Unidos”*. En SCHRAMM, Wilbur (compilador): *La ciencia de la comunicación humana*. México, Grijalbo, pp. 3 y siguientes. No obstante, algunas de las grandes figuras fundadoras de las ciencias de la comunicación provenían de Europa, como el austriaco Lazarsfeld o el polaco Lewin.

<sup>5</sup>.- Al respecto Marro y Dellamea han dicho: «El problema principal para los investigadores es la ausencia de métodos apropiados para delimitar los efectos de los medios, distinguiéndolos de aquellos producidos por otros fenómenos sociales para *abordarlos, registrarlos, medirlos e interpretarlos*». MARRO, Mabel S. y DELLAMEA, Amalia B. (1995): *La comunicación social. Elementos, claves y proyecciones*. Buenos Aires, Docencia, segunda edición, p. 268.

conductas inmediatas de las personas, sino que, más bien, son capaces de alimentar acumulativamente percepciones y valores que, en el tiempo, van delineando actitudes y comportamientos comunes. En época reciente, en consecuencia, se admite plenamente la existencia de efectos de largo plazo, más difíciles de medir por su amplio espectro temporal y por sus múltiples y complejas implicaciones, inabordables sin el auxilio de otras disciplinas que coadyuven con las ciencias de la comunicación en su estudio.

Sobre el estudio de los efectos se ha abundado en diversos aspectos. Uno de ellos son las audiencias, cuyas diferentes características determinan grados diversos en la forma como reciben los mensajes, pero también en el tipo de mensajes a los que están dispuestos a exponerse. Las personas seleccionamos contenidos coincidentes con nuestras opiniones y creencias y evitamos aquellos con los que diferimos. Así, los medios de masas difícilmente pueden modificar nuestras posturas y actitudes más sentidas, pero sí pueden reforzar las previamente existentes<sup>6</sup>.

Otro aspecto relativo al estudio de los efectos lo aportó Carl Hovland (1912-1961), de la Universidad de Yale. Él y sus colaboradores establecieron en la década de 1950 que si bien es verdad que las personas seleccionan sus fuentes, en función de sus intereses y afinidades, también lo es que la resistencia a las fuentes y argumentos opuestos a los propios cede en el tiempo, lo cual facilita la influencia persuasiva de un mensaje originalmente rechazado<sup>7</sup>. Hovland mostró también que los mismos argumentos expuestos por fuentes con diferente nivel de credibilidad tenían distinta eficacia, estableciéndose una correlación: a mayor credibilidad de la fuente mayor cambio de opinión favorable a sus argumentos.

---

<sup>6</sup>.- Sobre el particular Joseph Klapper, antiguo investigador de la Universidad de Columbia y ampliamente conocido por su libro *Los efectos de la comunicación de masas*, ha sostenido lo siguiente: «He mencionado, en primer término, que la influencia de la comunicación de masas se ve mediada por factores como predisposiciones, procesos selectivos, afiliaciones a grupos, y otros semejantes. En segundo término sostuve que estos factores por lo general convierten a la comunicación de masas en un agente de reforzamiento. Por último, estos mismos factores, bajo determinadas condiciones, pueden hacer de la comunicación de masas un factor de cambio». KLAPPER, Joseph T. (1982): “*Los efectos sociales de la comunicación de masas*”. En SCHRAMM, Wilbur (compilador): *op.cit.*, p. 85.

<sup>7</sup>.- Cfr. HOVLAND, Carl I, JANIS, Irving L. y KELLEY, Harold H (1966): *Communication and persuasion: psychological studies of opinion change*. New Haven, Yale University Press.

Esta evolución teórica de la comunicación tiene consecuencias también en orden a las responsabilidades de los medios de comunicación de masas y de sus operadores. Si los efectos de los medios eran puntuales e inmediatos, pero poco prolongados, las responsabilidades de sus operadores eran limitadas. Pero, en cambio, si los efectos son acumulativos y de largo plazo, y contribuyen a delinear los valores e incluso las conductas de las personas, entonces se establece una responsabilidad socialmente exigible a los medios y a los profesionales que en ellos trabajan.

### II.1.2. La responsabilidad social de los medios de comunicación

Siendo ya indiscutida la magnitud de la influencia de los medios de comunicación y de quienes los conducen, puede destacarse entonces, como el reverso de una misma moneda, las obligaciones y responsabilidades que tal poder conlleva. Se nos presenta así una relación inocultable, entre el estudio objetivo y sistemático de los efectos de los procesos de comunicación social y el análisis igualmente objetivo y sistemático sobre sus responsabilidades. Esta relación es todavía más evidente cuando la referimos al campo más delimitado del periodismo. Si de esta actividad profesional la sociedad espera la provisión de servicios informativos, que le permiten la adopción de decisiones y comportamientos, resulta de lógica consecuencia la exigencia al periodismo, por parte de la misma sociedad, de una acerada ética profesional.

La reflexión sobre la responsabilidad de los medios, claro está, no es original. Está presente desde los orígenes mismos de la defensa de la libertad de expresión. Ésta trae en su entraña el derecho del público a conocer todas las opiniones y a ilustrarse sobre ellas para participar del nuevo orden social, que surgía tras las revoluciones inglesa, francesa y norteamericana. Era en tal sentido un derecho de doble vía. Del ciudadano para expresar con libertad su opinión, pero también para recibir la opinión ajena en su condición de público. Esta demanda de equilibrio entre la libertad y la responsabilidad para con el público se evidencia mucho más por la creciente importancia de la prensa y las múltiples manifestaciones de su poder. Surgen así los códigos de ética periodística desde fines del siglo XIX.

Sin embargo, es a mediados del siglo pasado cuando se desarrolla una teoría sobre la responsabilidad de los medios, a partir de las conclusiones de la famosa

Comisión Hutchins, integrada por renombradas figuras provenientes de distintas disciplinas y reunidos para analizar las tendencias que amenazaban la libertad de prensa en los Estados Unidos, tras el término de la segunda guerra mundial. La Comisión, presidida por Robert Hutchins, trabajó en la Universidad de Chicago, de la que éste era Presidente. Lo hizo por encargo de Henry Luce, líder del grupo editorial propietario de *Time* y *Life*, conglomerado responsable de un tercio de las publicaciones periodísticas en los Estados Unidos<sup>8</sup>. Un alto nivel de concentración de esta industria, amparada en la libertad de expresión, le permitía medir fuerzas con el poder político. Este último, a su vez, buscaba ya regimenterla. En el Senado norteamericano se discutían proyectos de ley con ese propósito. No podía llamar la atención que los empresarios de la prensa se mostraran inquietos.

La novedad de aquel informe fue que no se limitó a describir las amenazas sobre la libertad de información, sino que indagó sobre sus causas y halló que éstas tenían relación con los comportamientos de la prensa. Afirmó que ella estaba en crisis y señaló la insuficiencia del discurso clásico sobre la libertad de información. Ésta no podía ser considerada por más tiempo como un derecho sin mayores compromisos. La sociedad también tenía derechos y, por tanto, los medios debían asumir una responsabilidad social. El informe publicado en 1947, lejos pues de contestar la amenaza que preocupaba a los empresarios de la prensa, se centró en sus responsabilidades, cuestionando sus intereses políticos y económicos, que consideró contrarios al bien común, así como su dependencia económica de los anunciantes. Denunció la resistencia al cambio social de los periódicos y su apego a temas superficiales, afectando incluso el honor de las personas. Su condena más sonora fue a los monopolios empresariales, que impedían la competencia y un mercado de ideas libre, capaz de ofrecer una confrontación limpia de opiniones diversas<sup>9</sup>.

Pero la llamada Teoría de la Responsabilidad Social, inaugurada por la Comisión Hutchins, aunque admitía el control de los jueces y alentaba el autocontrol de

---

<sup>8</sup>.- Cfr. LECAROS, María José (1984): "*Contenido y conclusiones de la Comisión Hutchins*", en *Cuadernos de Información* N° 1, Santiago, Pontificia Universidad Católica de Chile, pp. 91-103.

<sup>9</sup>.- Cfr. COMMISSION ON FREEDOM OF THE PRESS (1947): *A free and responsible press. A general report on Mass Communication: Newspapers, Radio, Motion Pictures, Magazines, and Books*. Chicago, University of Chicago Press.



la prensa, no fue exhaustiva en el tratamiento de las cuestiones éticas. Planteó la responsabilidad de los medios, pero no la desarrolló de un modo orgánico. La evolución de la teoría de la comunicación ha permitido un conocimiento cada vez más preciso sobre el grado de influencia de los medios, al mismo tiempo que el estudio de la ética periodística y de los mecanismos de autocontrol ha alcanzado un estatus académico. Más allá de los primeros desarrollos teóricos sobre la responsabilidad de los medios, hoy es posible establecer un nexo mucho más sistemático entre la ética y la teoría de la comunicación. A partir de los principios de Hutchins y sus colegas, pudo afirmarse la responsabilidad de los medios y de sus operadores ante la sociedad. Ulteriores desarrollos han aportado una argumentación más sólida aun, que da pleno sentido a los estudios de la ética periodística, para hacer efectivo el cumplimiento de aquella responsabilidad.

## II.2. Enfoques teóricos sobre la comunicación e implicaciones éticas

Antes de profundizar en la relación entre teoría de la comunicación y ética, resulta pertinente presentar algunos de los más importantes enfoques teóricos en materia de comunicación. En ellos puede hallarse, de modo implícito o explícito, una inquietud ética. En unos casos el solo propósito de medir y cuantificar la realidad, sin un esquema de valores, puede revelar también una opción ética. La asepsia frente a los valores, en aras de la objetividad de la investigación científica, puede ser indicio claro de una débil preocupación ética, poco exigente respecto de los deberes de los comunicadores. Por el contrario, la denuncia de la influencia ilimitada de los medios puede conllevar el sello de una preocupación ética que busca equilibrar su poder frente a los derechos de la sociedad.

### II.2.1. Enfoque positivista

El enfoque positivista está identificado con el método de las ciencias naturales. Éste considera que los fenómenos sociales están también sujetos a ciertas leyes universales. En consecuencia, la posición del científico ante el contexto social ha de ser la de un observador objetivo y neutral, responsable de descubrir y analizar las causas y las leyes que gobiernan los fenómenos sociales. Su abordaje metodológico se sustenta en el empirismo, o sea en el estudio sistemático de aquello que es perceptible mediante

los sentidos. A los teóricos de la comunicación partidarios de este enfoque se les conoce también como empiristas, funcionalistas, conductistas o difusionistas. De un modo simplificado, se afirma que son ajenos a la subjetividad de los sentimientos, a la apelación a aspectos filosóficos y al compromiso social. Prefieren el uso de técnicas cuantitativas de investigación. Sus principales exponentes han desarrollado sus investigaciones en los Estados Unidos de América y entre ellos están Harold Lasswell<sup>10</sup>, Paul Lazarsfeld<sup>11</sup>, Carl Hovland<sup>12</sup>, Wilbur Schramm<sup>13</sup>, David Berlo<sup>14</sup>, Elihu Katz<sup>15</sup>, Joseph Klapper<sup>16</sup> y Kurt Lewin<sup>17</sup>, entre otros. Algunos centros de investigación norteamericanos han sido también especialmente relevantes en la creación de una teoría de la comunicación: las experiencias de la Oficina de Investigación Social y Aplicada de la Universidad de Columbia y del Programa de Comunicación y Cambio de Actitud de la Universidad de Yale fueron seguidas también por sendos y reconocidos institutos de investigación en las universidades Stanford, Illinois, Michigan y Wisconsin, así como en el prestigioso Instituto Tecnológico de Massachussets.

Sobre el particular Schramm ha dicho lo siguiente:

«En primer término, la investigación acerca de la comunicación en los Estados Unidos es cuantitativa, más que especulativa. Quienes la practican se interesan fundamentalmente en la teoría, aunque sólo en una teoría que puedan probar y

---

<sup>10</sup>.- Cfr. LASSWELL, Harold (1965): *World Politics and Personal Insecurity*. New York: The Free Press. La primera edición es de 1935. También LASSWELL, Harold D. (1974): *La política como reparto de influencia*. Madrid, Aguilar.

<sup>11</sup>.- Entre sus obras más notables pueden citarse las siguientes: LAZARSFELD, Paul y KATZ, Elihu (1979): *La Influencia personal: el individuo en el proceso de comunicación de masas*. Barcelona, Hispano-Europea. También LAZARSFELD, Paul. *et al.* (1962): *El pueblo elige. Cómo decide el pueblo en una campaña electoral*. Buenos Aires. Ediciones 3.

<sup>12</sup>.- Cfr. HOVLAND, Carl I. *et al.* (1966): *op. cit.* También HOVLAND, Carl I. *et al.* (1965): *Experiments on mass communications*. New York, John Wiley.

<sup>13</sup>.- Algunas obras especialmente destacadas del autor son las siguientes: SCHRAMM, Wilbur (1949): *Mass communications*. Urbana, University of Illinois; SCHRAMM, Wilbur (1954): *The process and effects of mass communication*. Urbana, University of Illinois Press; SCHRAMM, Wilbur (1964): *Mass media and national development: the role of information in the developing countries*. Stanford, Stanford University Press y Paris, UNESCO.

<sup>14</sup>.- Su obra más reconocida es: BERLO, David (1960): *The process of communication: an introduction to theory and practice*. New York, Holt, Rinehart and Winston.

<sup>15</sup>.- La obra de Katz está estrechamente relacionada con la teoría de los dos pasos, expuesta conjuntamente con Lazarsfeld. Su trabajo más destacado está ya citado: LAZARSFELD, Paul y KATZ, Elihu (1979): *op. cit.*

<sup>16</sup>.- Cfr. KLAPPER, Joseph (1960): *Effects of mass communication*. New York, Free Press.

<sup>17</sup>.- Cfr. LEWIN, Kurt (1978): *La teoría del campo en la ciencia social*. Buenos Aires, Paidós. También LEWIN, Kurt (1969): *Dinámica de la personalidad*. Madrid, Morata.

quieran probar. Son, entonces, esencialmente investigadores de la conducta: procuran averiguar algo de por qué los humanos se comportan en la forma que lo hacen y cómo puede condicionar la comunicación el que vivan juntos más feliz y productivamente»<sup>18</sup>.

Este enfoque ha sido criticado, como veremos luego, por su carácter lineal, por una falta de atención al receptor y por una desatención al contexto social y cultural en el cual se produce la comunicación. Sin embargo, es justo admitir que los autores adscritos a ese enfoque ya habían anticipado la relatividad del impacto de los medios, así como algunas condiciones para optimizar sus efectos: autoridad y credibilidad de quien emite el mensaje, conocimiento de las creencias y costumbres de los grupos sociales a los que se pretende comunicar algo, su disposición a los cambios, influencia personal de los líderes de opinión y posibilidad de retroalimentación entre emisor y receptor, para enriquecer el propio mensaje. Todas estas inquietudes evidencian también un interés ético, más allá de que no haya sido explícitamente manifestado en el análisis teórico.

La cita de Schramm expresa también una inquietud ética: la aspiración de que la comunicación contribuya a que las personas puedan vivir más feliz y productivamente. Creemos pues que más allá de la aparente neutralidad de los positivistas, es posible hallar en cada una de las corrientes adscritas a este modelo una cierta aspiración ética que es conveniente evaluar.

#### II.2.1.1. Corrientes

Algunas de las corrientes más destacadas en este enfoque son ampliamente conocidas. Las referimos brevemente sólo con el propósito de facilitar el hilo conductor de nuestro propio discurso.

---

<sup>18</sup>.- SCHRAMM, Wilbur (1982): *“Investigación acerca de la comunicación en los Estados Unidos”*. En SCHRAMM, Wilbur (compilador): *op. cit.*, p. 8.

II.2.1.1.1. Aguja hipodérmica

La Teoría de la Aguja Hipodérmica, también conocida como *de la bala de plata*, puede hallarse en los orígenes del estudio científico de la comunicación, en los inicios de la década de 1920. Su idea fuerza alude a la vulnerabilidad de las personas frente a una suerte de inoculación incontrolable de los mensajes, que podían emitir los modernos medios de comunicación de masas entre los diversos públicos. Esta teoría está asociada a las formidables campañas propagandísticas que acompañaron las dos guerras mundiales, durante las cuales fue usado ese recurso como invaluable complemento de las acciones armadas, sea para garantizar el apoyo de la población a favor de una de las fuerzas en conflicto o para inhibirlo respecto de la contraria.

Los mentores de esta teoría afirmaban que los individuos, reducidos a una situación de aislamiento por la debilidad de los lazos interpersonales y de la organización social, eran fácilmente manipulables ante la potencia de los medios y de los mensajes que propalaban. Así el emisor se erigía en el único elemento activo en el proceso de comunicación.

En consonancia con esta corriente fue planteado uno de los primeros modelos de comunicación, el elaborado por Harold Lasswell desde inicios de la década de 1930<sup>19</sup>, pero recién completado en un artículo publicado en 1948, con el cual buscó responder a las preguntas de quién dice qué, en qué canal, a quién y con qué efecto. Lasswell estableció también, a partir de sus clásicas preguntas, diversos campos para la investigación de la comunicación: estudios de control (quién), análisis de contenido (qué), análisis de los medios (en qué canal), análisis de la audiencia (a quién) y análisis de los ejercicios (con qué efecto). Aun cuando este modelo mantiene el carácter lineal de la Teoría de la Aguja Hipodérmica y la supremacía del rol activo del emisor respecto del papel pasivo del público, puede advertirse un énfasis en el tratamiento de la audiencia y en los efectos de la comunicación.

---

<sup>19</sup>.- Cfr. LASSWELL H. (1936): *Politics: Who Gets What, When, How*. NewYork, McGraw Hill.

El matemático Claude Shannon (1916-2001) y su colega Warren Weaver (1894-1978) ofrecieron también un modelo lineal de comunicación<sup>20</sup>. En él se consignan cinco funciones: la producción y emisión de un mensaje desde la fuente de información, la transmisión del mensaje que se transforma en señales, la adaptación de señales a un canal que llega hasta el receptor, la reconstrucción que hace éste del mensaje remitido y, finalmente, la fijación del mensaje en su destino. No obstante, el modelo reconoce un factor disfuncional. Las señales que contiene el mensaje pueden ser alteradas por “ruidos” que interfieren el mensaje, provocando diferencias entre la señal transmitida y la recibida, fallando así la comunicación<sup>21</sup>.

#### II.2.1.1.2. Análisis funcional

El funcionalismo tiene su origen en el ámbito de la Sociología. Algunos de sus fundadores, en la segunda mitad del siglo XIX, fueron Auguste Comte<sup>22</sup>, Herbert

---

<sup>20</sup>.- El modelo y la teoría en que se sustenta son materia de este volumen: SHANNON, Claude E. y WEAVER, Warren (1981): *Teoría matemática de la comunicación*. Madrid, Forja. La versión original de este libro fue publicada por la Universidad de Illinois en 1949.

<sup>21</sup>.- El modelo de Shannon y Weaver fue perfeccionado por Melvin De Fleur (1923-), quien describió un sofisticado proceso de conversión de significados, en mensajes y de estos en información, que luego eran decodificados por el receptor. A estos elementos De Fleur agregó el feedback, que incrementa la posibilidad de obtener la correspondencia entre significados. Una obra central para el estudio del pensamiento del autor es DE FLEUR, Melvin (1983): *Teoría de la Comunicación Masiva*. Buenos Aires, Paidós. Un paso adicional en esta sucesión de modelos fue el de Charles Osgood (1916-1991) y Wilbur Schramm —también conocido como la Teoría de la Congruencia—. Este modelo, presentado en 1954, describe a los actores como iguales y realizando funciones idénticas en materia de codificación, decodificación e interpretación. El modelo plantea un carácter circular, que obedece a la percepción de sus mentores del equívoco de pensar el proceso de comunicación como si se iniciara en un punto y culminara en otro. La realidad, por el contrario, es percibida como interminable, reconduciéndose en una corriente infinita de información. Cfr. SCHRAMM, Wilbur (1964): *Proceso y efectos de la comunicación colectiva*. Quito, CIESPAL. El libro recoge el planteamiento referido, aunque las primeras propuestas al respecto corresponden al lingüista Osgood, compañero de Schramm en la Universidad de Illinois. Otro modelo fue el de la comunicación en espiral de Frank Dance (1936-) y constituye una continuidad con el modelo circular precedente. Cfr. DANCE, Frank (1970): “A Helical Model of Communication”. En SERENO, K.K. y MORTENSEN, C.D. (editores): *Foundations of Communication Theory*. Nueva York, Harper and Row, pp. 103-107. La comunicación en espiral rechaza la idea implícita en el modelo circular, según la cual la comunicación, al completar el círculo, vuelve al mismo punto de inicio. Por el contrario, afirma que el proceso comunicativo tiene una naturaleza dinámica y está en constante avance, al punto que lo que ahora se comunica influirá sobre la estructura y el contenido de la comunicación posterior.

<sup>22</sup>.- Una de las obras clásicas del filósofo positivista es esta reciente edición en español: COMTE, Auguste (2007): *Discurso sobre el espíritu positivo*. Madrid, Alianza Editorial.

Spencer<sup>23</sup> y Emile Durkheim<sup>24</sup>. Esta corriente se convirtió en el paradigma dominante en la primera mitad del siglo XX, con los aportes de Talcott Parson<sup>25</sup> y Robert Merton<sup>26</sup>, entre otros. Sus mentores afirmaban que el consenso en ciertos valores permite la cohesión en una sociedad, entendida ésta como un sistema integrado por partes interdependientes que alcanzan un equilibrio dinámico, donde todas las partes contribuyen en el mantenimiento de la estabilidad del sistema. En el ámbito de nuestra disciplina el funcionalismo se concentró en esclarecer el rol de los medios en el funcionamiento global del sistema social, centrándose en la manipulación, persuasión e influencia ejercida por ellos, pero trascendiendo situaciones específicas y procurando un estudio general de su presencia en la sociedad.

Uno de los primeros aportes en esta corriente fue el de Harold Lasswell (1902-1978). Él se propuso estudiar la comunicación sobre la base de tres funciones: supervisión y vigilancia del entorno, correlación de las distintas partes de la sociedad en su respuesta al entorno y transmisión de la herencia social<sup>27</sup>. El funcionalismo superaba así el énfasis inicial en la búsqueda de los efectos —que concebía a las audiencias de los medios como pasivas y manipulables—, sustituyéndolo por el análisis de las funciones de los medios de comunicación de masas. No obstante, se ha criticado este modelo por omitir el elemento de retorno, el *feedback* desde las audiencias, así como la ausencia de elementos externos al proceso de comunicación —propios del contexto

---

<sup>23</sup>.- Algunas obras del autor, disponibles en español, son las siguientes: SPENCER, Herbert (1883): *Principios de sociología*. Madrid, Saturnino Calleja; SPENCER, Herbert (1945): *Primeros principios*. Buenos Aires, E.M.C.A.; SPENCER, Herbert (1980): *El Hombre contra el Estado*. Buenos Aires, Goncourt.

<sup>24</sup>.- Algunas de las publicaciones más notorias del autor, disponibles en español, son las siguientes: DURKHEIM, Emile (1967): *De la división del trabajo social*. Buenos Aires, Schapire; DURKHEIM, Emile (1974): *Educación y sociología*. Buenos Aires, Schapire; DURKHEIM, Emile (2003): *Las formas elementales de la vida religiosa*. Madrid, Alianza.

<sup>25</sup>.- Obras destacadas del autor: PARSONS, Talcott (1968): *La estructura de la acción social: estudio de teoría social con referencia a un grupo de recientes escritores europeos*. Madrid, Guadarrama; PARSONS, Talcott (1982): *El sistema de las sociedades modernas*. México, Trillas; PARSONS, Talcott (1999): *El sistema social*. Madrid, Alianza.

<sup>26</sup>.- La obra de mayor difusión del autor es: MERTON, Robert (2002): *Teoría y estructura sociales*. México, Fondo de Cultura Económica. También es relevante para nuestro interés: MERTON, Robert (1946): *Mass persuasion: the social psychology of a war bond drive*. New York, Harper.

<sup>27</sup>.- Cfr. LASSWELL, Harold (1985): “Estructura y función de la comunicación en la sociedad”. En MORAGAS SPA, Miquel (editor): *Sociología de la Comunicación de Masas* (vol. II). Barcelona, Gustavo Gili, pp. 51-68.

social—, que ejercen influencia en la producción, distribución y consumo de mensajes<sup>28</sup>.

#### II.2.1.1.3. Influencia personal

Paul Lazarsfeld (1901-1976) y Elihu Katz (1926-), del Grupo de Investigaciones Sociales Aplicadas de la Universidad de Columbia, tras un estudio relativo a las elecciones presidenciales de 1940 en los Estados Unidos, entre los candidatos Roosevelt y Wilkie, realizado en el condado de Erie (Ohio), establecieron que las decisiones de los electores no eran influidas tanto por los medios de comunicación, como por los contactos personales. Estas investigaciones mostraron que sólo un cinco por ciento de los electores que cambiaron sus preferencias originales, aceptaron haber sido influidos por las campañas electorales desplegadas en los medios<sup>29</sup>.

Esta perspectiva afectó en su momento el mito de la omnipotencia de los medios de comunicación, destacando el carácter limitado de sus efectos y subrayando, por el contrario, el rol de las influencias personales y del grupo como factores de mediación capaces de competir con los medios en la efectividad de su influencia. Surgió entonces la hipótesis de la influencia personal, a través del “flujo en dos pasos”, según la cual las ideas que se expresan en los medios son recogidas por las personas más informadas (los líderes de opinión), siendo la influencia personal de éstos la que de veras incide en las prácticas y actitudes del conjunto de la sociedad. El contacto personal permitiría así una retroalimentación instantánea. Ello, a su vez, posibilitaría que el *influido* reciba la aprobación personal e inmediata del *influyente*, cuando el primero cede ante los criterios del segundo. Estos hallazgos parecían demostrar que la comunicación de masas no tenía una influencia decisiva en los votantes, como sí podrían tenerla, más bien, la familia, los amigos y los compañeros de trabajo<sup>30</sup>.

---

<sup>28</sup>.- Cfr. MARRO, Mabel S. y DELLAMEA, Amalia B. (1995): *op. cit.*, pp. 106 y siguientes.

<sup>29</sup>.- Cfr. KATZ, E. y LAZARSFELD, P. F. (1979): *La influencia personal. El individuo en el proceso de comunicación de masas*. Barcelona, Hispano Europea. El título original en inglés fue publicado en 1955, aunque los resultados iniciales de las investigaciones de los autores fueron presentados en publicaciones de divulgación científica desde 1944.

<sup>30</sup>.- Cfr. LAZARSFELD, Paul y MENZEL, Herbert (1982): “*Medios de comunicación colectiva e influencia personal*”. En SCHRAMM, Wilbur (Compilador): *op.cit.*, p. 120. Sobre esta corriente teórica puede consultarse también en OTERO, Edison (2000): “*Diálogo con Elihu Katz*”. En *Talón de Aquiles* N° 8, Santiago de Chile, Universidad Uniacc. pp.12-22.

El papel de los medios desde esta perspectiva, más que alterar las conductas de los receptores, parecía ser el de reforzar los valores y las posturas preexistentes en la sociedad. De hecho, los estudios de Lazarsfeld concluyen en que los líderes de opinión seleccionan en los medios las opiniones con las que coinciden y los temas en los que se interesan. Los receptores no son vistos ya como elementos pasivos e influenciables, sino como sujetos activos, capaces de actuar selectivamente ante los medios, reforzando sus propias creencias y difundíéndolas en su entorno<sup>31</sup>.

#### II.2.1.1.4. Usos y gratificaciones

Esta perspectiva parte de la convicción de que los medios de comunicación son meras alternativas, entre muchas otras, susceptibles de ser seleccionadas por los receptores para la satisfacción de sus necesidades. Así las personas seleccionan los medios y los usan para obtener en ellos una gratificación. El público tiene entonces un rol activo y racional como selector de mensajes y un propósito manifiesto, en la búsqueda de gratificaciones. La relevancia de los mensajes no puede ya evaluarse sino en función de la utilidad que tienen para las audiencias. Estos usos pueden ser de muy distinta índole: para la diversión, para el establecimiento de relaciones personales, para el refuerzo de la propia identidad o para la obtención de información.

Los orígenes de esta perspectiva de los usos y gratificaciones podrían hallarse en los estudios dirigidos por Herta Herzog (1910-)<sup>32</sup>, también del Grupo de Investigaciones Sociales Aplicadas de la Universidad de Columbia en los años cuarenta del siglo pasado, sobre las razones que motivaban la audiencia de radionovelas entre las amas de casa. Las conclusiones de aquellas investigaciones apuntaban a ciertas

---

<sup>31</sup>.- Cfr. LOZANO RENDÓN, José Carlos (1997): *Teoría e investigación de la comunicación de masas*. México, Alambra Mexicana, segunda reimpresión, pp. 48 y siguientes. También puede consultarse en MCQUAIL, Denis y WINDAHL, Suen (1997): *Modelos para el estudio de la comunicación colectiva*. Pamplona, Ediciones Universidad de Navarra, tercera edición española, pp. 85 y siguientes. Al referirse a los líderes de opinión, Lazarsfeld y Mendel les asignan algunas características: ocupaban posiciones de autoridad social, tenían tendencias gregarias y contaban con información apropiada. Al respecto ver: LAZARSELD, Paul y MENZEL, Herbert (1982): “*Medios de comunicación colectiva e influencia personal*”. En SCHRAMM, Wilbur (compilador): *op.cit.*, p. 119.

<sup>32</sup>.- Cfr. HERZOG, Herta (1941): “*On Borrowed Experience. An Analysis of Listening to Daytime Sketches*”. En *Studies in Philosophy and Social Science*, vol. 9, Nº. 1, pp. 65-95.



gratificaciones alcanzadas por ellas: escape emocional, obtención de sugerencias ante ciertos problemas y deseos de experimentar los roles de los protagonistas. Entre los investigadores adscritos a esta perspectiva destacan, además de la profesora Herzog, Denis Mc Quail<sup>33</sup>, y Jay G. Blumler<sup>34</sup>, entre otros. Esta corriente consideró al receptor como un sujeto activo capaz de seleccionar los medios a los que se expone y de usarlos para su propia gratificación.

#### II.2.1.1.5. Disonancia cognoscitiva

La Teoría de la Consonancia y la Disonancia fue planteada por Leon Festinger (1919-1989)<sup>35</sup>. Según este autor hay consonancia cuando el receptor asimila los puntos de vista de los medios. Los mensajes propalados por los medios son tamizados por sus receptores, evitando exponerse a aquellos que les resultan inaceptables. En tal caso se mantiene la consonancia con el ambiente. Pero cuando se admite mensajes contrarios a lo generalmente aceptado se produce la disonancia. Entonces el receptor ha de optar entre dos posibilidades: intentar cambiar la percepción de la fuente o cambiar su propia opinión. La disonancia resulta así una causa de tensión que lleva al receptor a procurar reducirla o, incluso, revertirla hasta alcanzar algún nivel de consonancia.

#### II.2.1.1.6. Difusionismo

Como consecuencia de las innovaciones tecnológicas en el campo de la agricultura, alcanzadas en los países industrializados, los planificadores del desarrollo vieron en los medios de comunicación de masas un poderoso instrumento para lograr efectos en la mejora de las condiciones de vida de las poblaciones más pobres.

Un primer proceso de difusión y adopción de nuevas tecnologías fue descrito por investigadores del *Iowa State College* durante la década de 1950. Pero el modelo

---

<sup>33</sup>.- Entre los trabajos de McQuail en esta corriente es posible citar el siguiente, en coautoría con Blumler: BLUMLER, Jay G. y MCQUAIL, Denis (1968): *Television in politics: its uses and influence*. London, Faber and Faber.

<sup>34</sup>.- Cfr. *Ibidem*. También BLUMLER, Jay (1974): *The Uses of Mass Communications*. Londres, Sage.

<sup>35</sup>.- Cfr. FESTINGER, Leon (1975): *Teoría de la disonancia cognoscitiva*. Madrid, Instituto de Estudios Políticos. La versión original fue publicada en 1957 por la Universidad de Stanford.

predominante de difusión de innovaciones fue propuesto por Everett Rogers (1931-2004)<sup>36</sup> y por Floyd Shoemaker<sup>37</sup>, con el cual se procuró explicar diversos procesos de comunicación aplicados en el ámbito del desarrollo agrícola, de la salud pública o de la educación, en los que se buscaba el cambio de comportamiento dando información e intentando influir en las personas. El modelo comprendía cuatro etapas distintas: conocimiento, persuasión, decisión y adopción o confirmación. Éste representó por varios años un paradigma dominante en la comunicación para el desarrollo, aunque ha sido rudamente cuestionado por enfoques críticos de los que nos ocupamos más adelante, por su carácter prescriptivo y vertical, y por la ausencia en el mismo de las demandas de los destinatarios.

No obstante, el pensamiento de Rogers ya había evolucionado en las últimas décadas, en contacto con proyectos diversos en países de América Latina, como Colombia, Ecuador y México. El profesor emérito del Departamento de Comunicación y Periodismo de la Universidad de Nuevo México, se interesó, más que en el modelo original de una sola vía, en uno de redes, donde el rol de la comunicación interpersonal era decisivo en la adopción de innovaciones<sup>38</sup>.

#### II.2.1.1.7. Agenda *Setting*

La traducción de la denominación de esta corriente sería *estableciendo o fijando* la agenda. Ella surgió en la década de los sesenta del siglo anterior, afirmando que los medios de comunicación poseen influencia sobre sus públicos al fijar los contenidos que tienen interés informativo y los espacios que se les asigna, incidiendo luego en la propia agenda del público, que a su vez excluye de su pensamiento aquello que los

---

<sup>36</sup>.- Algunas de las obras más conocidas del autor son las siguientes: ROGERS, Everett M. (1962): *Diffusion of innovations*. New York, Free Press of Glencoe; ROGERS, Everett M. y SHOEMAKER F. Floyd (1971): *Communication of innovations: a cross-cultural approach*. New York, The Free Press y London, Collier-Macmillan; ROGERS, Everett M. (1973): *La modernización entre los campesinos*. México, Fondo de Cultura Económica.

<sup>37</sup>.- Cfr. ROGERS, Everett M. y SHOEMAKER F. Floyd (1971): *op. cit.*

<sup>38</sup>.- Sobre esta evolución del pensamiento difusionista, y el de uno de sus más preclaros mentores, puede consultarse en SINGHAL, Arvind y OBREGÓN, Rafael (2005): “Comunicación, Desarrollo y Cambio Social. Diálogo con Everett M. Rogers”. En *Diálogos de la Comunicación* N° 71, Lima, FELAFACS, pp. 86 a 94.

medios también excluyen de su agenda<sup>39</sup>. De esta forma los medios dirían a las personas qué pensar. Nuestra experiencia personal de los acontecimientos del entorno es muy reducida y la mayor parte de la información que procesamos provendría de los medios y de ellos extraeríamos nuestras interpretaciones de la realidad que nos circunda. Todo esto supondría pues una influencia directa de los medios sobre los públicos. Desde esta perspectiva se ha reconsiderado el protagonismo de los receptores como sujetos capaces de discernir sobre los medios y de ordenarlos a sus propios intereses. Por el contrario, se afirma que los medios sí tienen efectos importantes, aunque estos son variados y se producen en el largo plazo, proveyendo así a los sujetos de las percepciones básicas que luego darán sustento a sus conductas. Las audiencias serían influenciadas por los medios, de un modo indirecto e inconsciente. Y es allí precisamente, en esa influencia a largo plazo, en la que radicaría, desde esta perspectiva, la importancia de los medios de comunicación de masas<sup>40</sup>.

#### II.2.1.1.8. El medio es el mensaje

Aunque puede resultar aventurado, y paradójico, clasificar el pensamiento de Mashall McLuhan (1911-1980) en el ámbito del positivismo —sostenía que en la edad eléctrica “ya no sirve el carácter parcial y especializado”<sup>41</sup>, es decir la sistematización y la razón cartesiana propia del pensamiento positivo—, lo incluimos a partir de su presupuesto básico, según el cual el medio es el mensaje. Ello implicaba, desde nuestra perspectiva, una postura cercana al conductismo. Con ella el estudioso canadiense quiso reflejar el papel protagónico de los medios, capaces de dotar al hombre de renovadas estructuras de pensamiento y de delinear su conducta. El individuo fue percibido así como un sujeto en estado de completa indefensión ante lo que contempla. “Modelamos nuestras herramientas —dijo en conocida frase— y luego éstas nos modelan a nosotros”.

McLuhan, discutido e incomprensido —en parte por el carácter críptico de su lenguaje y por la ausencia de argumentación lineal en sus textos— subrayaba dos

---

<sup>39</sup>.- Cfr. MCCOMBS, Maxwell E. y SHAW, Donald L. (1972): “*The Agenda-Setting Function of Mass Media*”. En *The Public Opinion Quarterly*, vol. 36, Nº. 2, pp. 176-187.

<sup>40</sup>.- Cfr. LOZANO RENDÓN, José Carlos (1997): *op. cit.*, pp. 187 y siguientes.

<sup>41</sup>.- MCLUHAN Marshall (1996): *Comprender los medios de comunicación. Las extensiones del ser humano*. Barcelona, Paidós, p. 27.

revoluciones tecnológicas: la imprenta y los modernos medios de comunicación de soporte eléctrico, como la televisión. Sostuvo que la primera determinó un pensamiento lineal, conforme con la presentación visual de las páginas impresas. Pero la segunda habría establecido un orden diferente, fragmentado, descentralizado, nómada, ubicuo. Critica a Schramm por sus estudios de contenidos en la televisión, concluyendo que su enfoque fue puramente literario e incapaz de aportar información sobre la verdadera influencia de la televisión. “Los análisis de programa y de ‘contenido’ no ofrecen ningún indicio de la magia de estos medios ni de su carga subliminal”<sup>42</sup>, señala McLuhan, seguro de que el contenido está determinado por la forma en que se comunica, es decir por el medio y la matriz cultural en que éste se desenvuelve. Tales métodos, considera, no habrían podido descubrir en el siglo XVI la influencia del libro en los cambios en la psicología individual y social. Así, el hombre habría fracasado en su capacidad de reacción ante los medios. La aceptación subliminal del impacto de los medios los ha convertido en “cárceles sin muros para sus usuarios”, según la conocida frase del canadiense.

#### II.2.1.2. Implicaciones éticas

De la revisión de los principales paradigmas del enfoque positivista se puede concluir en el reconocimiento de una influencia de los medios de comunicación en las conductas de las personas, aun cuando ésta pueda estar mediada por circunstancias diversas, que inciden en su mayor o menor intensidad. No obstante el reconocido poder de los medios, el estudio de la ética de la comunicación no se presenta de un modo manifiesto en ninguno de los paradigmas reseñados, aunque subyace en la preocupación por los efectos de la comunicación y se manifiesta, de un modo cada vez más evidente, en los aportes que se van incorporando en los sucesivos modelos.

---

<sup>42</sup>.- *Ibidem*, p. 40. McLuhan entendió los medios como extensiones del cuerpo. La vida del individuo puede transcurrir en un pequeño espacio físico, aislado de su entorno, pero conectado con él por la mediación de las imágenes. Los medios de comunicación sustituyen así a las grandes autopistas y a las vías ferroviarias, pues son ellos los que transportan al hombre allí donde quiera llegar. En este imperio de la imagen los bienes son inmateriales, es la información lo que cuenta. El hombre experimenta así un mundo virtual, inmaterial, impalpable e inasible, pero real en la dimensión de la conciencia.

Cada uno de los elementos considerados en las diferentes posturas expuestas plantea interrogantes de tipo ético: la vulnerabilidad del receptor en la corriente de la aguja hipodérmica; la función social de los medios en el funcionalismo; el rol de los medios en el reforzamiento de los valores preexistentes en la corriente de la influencia personal; la selección de los mensajes en las propuestas sobre usos y gratificaciones; la confrontación de opiniones y valores en la disonancia cognoscitiva; los alcances de la persuasión en el difusionismo; el ordenamiento de intereses en la *agenda setting*; la indefensión del sujeto en la idea de que el medio es el mensaje.

Hasta este punto es posible afirmar que los enfoques positivistas, en su pretensión de ser objetivos y asépticos ante los valores, han dejado un vacío respecto de los usos e intencionalidad de los medios. Podría justificarse el prescindir de la ética al amparo del presupuesto según el cual la ciencia sólo debe describir los hechos objetivos y explicar las causas que los originan. Sin embargo, la relevancia científica de la investigación en la teoría de la comunicación está estrechamente relacionada con su relevancia social. La investigación en ciencias de la comunicación está centrada en la conducta humana y versa sobre la experiencia de personas concretas, al mismo tiempo que sus consecuencias trascienden realidades puramente materiales y afectan opiniones, pareceres, sentimientos. No es posible, en nuestra opinión, abordar estos factores sin consideración de la ética. Abundaremos más adelante sobre esta cuestión fundamental.

### II.2.2. Enfoque crítico

El enfoque crítico resulta opuesto al positivista. Lo que caracteriza esta posición es su condena de la ciencia institucionalizada positivista, identificada con la razón instrumental de Weber, cuya máxima concreción estaba en la administración pública como un mecanismo de dominación sobre la sociedad, en manos de expertos, sujetos a la “razón técnica” y los intereses dominantes del capitalismo desarrollado. La actividad científica era desde esta perspectiva un mero instrumento de la ideología, al igual que los medios de comunicación, frente a los cuales mantenían una postura crítica. Los positivistas procuraban conocer la forma como operan los medios para aprovechar sus posibilidades. Los críticos, por el contrario, querían romper el dominio ideológico impuesto por los medios.

En los inicios de esta corriente crítica —que no estaba centrada en la comunicación pero manifestaba un interés sustancial en ella— se percibía la misma sensación de omnipotencia de los medios que expresaban los positivistas norteamericanos. La diferencia radicaba en que los segundos sólo estaban interesados en explicar la forma en que operaban los medios, mientras los primeros querían acabar con esa forma de operar.

Los mentores más recientes del enfoque crítico, en su vertiente culturalista, niegan el carácter lineal de la comunicación y le asignan un papel más activo al receptor, al mismo tiempo que ubican el estudio de los medios en su relación con el contexto social y entienden el proceso de la comunicación como uno de carácter social. Se identifican con las técnicas cualitativas de investigación. En América Latina este enfoque tiene una continuidad en una escuela culturalista latinoamericana, cuyos principales voceros son Jesús Martín Barbero y Néstor García Canclini. Algunas corrientes adscritas al enfoque crítico son también la escuela crítica de Frankfurt, el imperialismo cultural y los estudios culturales.

La preocupación ética en la Teoría Crítica es bastante obvia. Es verdad que sus representantes más calificados no están interesados en los códigos deontológicos ni en los mecanismos de autorregulación de la prensa. Sus propósitos son más genéricos y aluden a la negación del conjunto del sistema capitalista. Pero es evidente también que el carácter crítico de esta corriente entraña un juicio ético sobre un uso manipulador de los medios y sobre sus consecuencias en la vida social.

#### II.2.2.1. Corrientes

##### II.2.2.1.1. Escuela crítica de Frankfurt

Con esta denominación se ha agrupado a un conjunto variopinto de intelectuales de diversas áreas y a veces con posiciones distantes, aunque con un común denominador: su adhesión a una teoría social y política crítica del capitalismo, de orientación marxista, pero distante del modelo soviético. Recibió la denominación por que algunos de sus fundadores fueron parte del Instituto de Investigaciones Sociales de la Universidad de Frankfurt.

Su premisa es anterior al estudio de las comunicaciones y alude a las condiciones de base de la sociedad, formulando su diagnóstico sobre el carácter desigual de la sociedad contemporánea. Esta línea de pensamiento es inaugurada por la denominada Escuela de Frankfurt, surgida en Alemania en los años treinta del siglo pasado. Sus principales mentores son ampliamente conocidos: Walter Benjamin (1892-1940)<sup>43</sup>, Max Horkheimer (1895-1973)<sup>44</sup>, Theodor Adorno (1903-1969)<sup>45</sup>, Herbert Marcuse (1898-1979)<sup>46</sup>, Jürgen Habermas (1929-)<sup>47</sup>, Karl Otto Apel (1922-)<sup>48</sup> y contemporáneamente, en España, Adela Cortina, además de otros colaboradores cercanos, como el filósofo y cientista social Louis Althusser (1918-1990)<sup>49</sup>, el filólogo Antonio Gramsci (1891-1937)<sup>50</sup> y el semiólogo Roland Barthes (1915-1980)<sup>51</sup>, entre otros. Sus figuras más representativas, a diferencia del enfoque positivista, provienen del horizonte cultural europeo.

Su visión negativa sobre la sociedad de masas de su tiempo puede comprenderse por la propia experiencia vivida por algunos de sus integrantes, alemanes de origen judío, perseguidos por el régimen nazi. A partir de la Teoría Crítica de la sociedad y de la cultura que enarbolaron los intelectuales de Frankfurt, se indagó también sobre las

---

<sup>43</sup>.- Entre otras obras del autor pueden consultarse las siguientes: BENJAMIN, Walter (1967): *Ensayos escogidos*. Buenos Aires, Sur; BENJAMIN, Walter (1971): *Sobre el programa de la filosofía futura y otros ensayos*. Montevideo, Monte Ávila.

<sup>44</sup>.- Ver entre otras: HORKHEIMER, Max (1969): *Crítica de la razón instrumental*. Buenos Aires, Sur; HORKHEIMER, Max y ADORNO, Theodor W. (1994): *Dialéctica de la ilustración*. Fragmentos filosóficos. Madrid, Trotta.

<sup>45</sup>.- Cfr. ADORNO, Theodor W. (1991): *Actualidad de la Filosofía*. Barcelona, Paidós; ADORNO, Theodor W. (1984): *Crítica Cultural y Sociedad*. Madrid, Sarpe.

<sup>46</sup>.- Cfr. MARCUSE, Herbert (1969): *Cultura y Sociedad*. Buenos Aires, Sur; MARCUSE, Herbert (1986): *Ensayos sobre política y cultura*. Barcelona, Planeta-Agostini; MARCUSE, Herbert (1981): *El hombre unidimensional: Ensayo sobre la ideología de la sociedad avanzada*. Barcelona, Ariel.

<sup>47</sup>.- Sobre este autor nos ocupamos con mayor extensión en este mismo capítulo, al abordar su Teoría de la Acción Comunicativa y los nexos que a partir de ella pueden establecerse entre la Teoría de la Comunicación y la Ética.

<sup>48</sup>.- A este autor nos referimos también más adelante al abordar la Teoría de la Acción Comunicativa.

<sup>49</sup>.- Cfr. ALTHUSSER, Louis (1985): *Curso de Filosofía para Científicos*. Barcelona, Planeta-Agostini; ALTHUSSER, Louis (1997): *Écrits Philosophiques et Politiques*. París, Stock/Imec.

<sup>50</sup>.- Cfr. GRAMSCI, Antonio (2000): *Los intelectuales y la organización de la cultura*. Buenos Aires, Nueva Visión; GRAMSCI, Antonio (1986): *Introducción a la Filosofía de la Praxis*. Barcelona, Planeta-Agostini.

<sup>51</sup>.- Cfr. BARTHES, Roland (1990): *La aventura semiológica*. Barcelona, Paidós; BARTHES, Roland (2005): *Crítica y Verdad*. México, Siglo Veintiuno.

relaciones entre la comunicación y el poder y el papel de la comunicación en el sostenimiento de un sistema considerado injusto, caracterizado por el desequilibrio informativo, tanto entre naciones como al interior de las mismas<sup>52</sup>. Años después el acento se trasladó de la preocupación por el rol de los medios en la difusión de la ideología dominante a la resistencia que a ella se hace desde el ámbito de la cultura. Los principales cultivadores de estas corrientes provenían del marxismo, aunque en las últimas décadas esa influencia se haya diluido en una postura más amplia y permeable, pero siempre crítica e identificada con los temas sociales.

#### II.2.2.1.2. Imperialismo cultural

Esta corriente considera que está roto el equilibrio deseable entre la producción cultural de los países prósperos y los del Tercer Mundo. Ello trae como consecuencia una absorción acrítica, en los países menos desarrollados, de los patrones culturales dominantes. Desde este punto de partida numerosos investigadores, vinculados a la izquierda política, impusieron en la década de 1960 el concepto de “imperialismo cultural”. Esta corriente ha centrado su atención en el emisor y, concretamente, en el papel de los Estados Unidos como el sujeto del imperialismo. A esta concepción se ha sumado otra, denominada sincronización cultural, que persigue identificar el rol de aquellos sectores dominantes afincados en el ámbito de los receptores, cuya disposición a armonizar con las pautas “imperialistas” facilita la reproducción de los valores exógenos y una perfecta sincronización con los modelos culturales que ofrecen. La corriente del imperialismo cultural debe algunos de sus conceptos a la Escuela de Frankfurt, de la que es tributaria. Ha tenido entre sus mentores más destacados a Armand Mattelart (1936-)<sup>53</sup> y Ariel Dorfman (1942-)<sup>54</sup>.

---

<sup>52</sup>.- Sobre el aporte específico de la Escuela de Frankfurt a la Teoría de la Comunicación puede consultarse en SAPERAS LAPIEDRA, Enric (1985): “*Comunicación y anticipación utópica. Contribuciones de la Teoría Crítica de la Escuela de Frankfurt a la sociología de la comunicación*”. En DE MORAGAS, Miquel (editor): *Sociología de la comunicación* (Vol I). Barcelona, Gustavo Gili, pp. 163- 180.

<sup>53</sup>.- Cfr. MATTELART, Armand (1998): *Agresión desde el espacio: Cultura y napalm en la era de los satélites*. México, Siglo Veintiuno; MATTELART, Armand (1998): *La mundialización de la comunicación*. Barcelona, Paidós; MATTELART, Armand y MATTELART, Michèle (2000): *Pensar los medios: comunicación y crítica social*. Santiago de Chile, LOM; MATTELART, Armand (1985): *La cultura como empresa multinacional*. México, Era.

<sup>54</sup>.- Cfr. DORFMAN, Ariel y MATTELART, Armand (1981): *Para leer al pato Donald*. Valparaíso, Ediciones Universitarias de Valparaíso; DORFMAN, Ariel (1985): *Patos, elefantes y héroes: la infancia como subdesarrollo*. Buenos Aires, Ediciones de la Flor.



La noción de imperialismo cultural guarda estrecha relación con la llamada Teoría de la Dependencia, impulsada también en las décadas de 1960 y 1970 desde la Comisión Económica para América Latina (CEPAL), de las Naciones Unidas. La perspectiva de la dependencia consideraba la existencia de países centrales, hegemónicos, respecto de una periferia subdesarrollada<sup>55</sup>. Esta teoría económica fue rápidamente extendida al campo de la cultura, replicándose en términos de imperialismo cultural.

#### II.2.2.1.3. Estudios culturales

Centra su interés en la generación y circulación de significados en las sociedades industrializadas. La corriente de los estudios culturales supera el enfoque crítico tradicional que asignaba a los medios masivos una ilimitada capacidad de manipulación sobre los receptores. Su tesis central es que los mensajes que difunden los medios son instrumentos de manipulación que reproducen los valores e intereses de los grupos dominantes, a través de significados explícitos y latentes, frente a los cuales las audiencias asumen posiciones activas. Tiene su origen en el Centro para el Estudio de las Culturas Contemporáneas de Birmingham y uno de sus mayores aportes fue la sustitución de las viejas concepciones del enfoque crítico, sobre audiencias pasivas y manipulables, por concepciones más activas del público. Stuart Hall (1932-)<sup>56</sup> se ocupó de la capacidad de los públicos para decodificar los mensajes mediante tres formas de lectura: dominante hegemónica (asimilando las opiniones hegemónicas), negociada (aceptando los valores hegemónicos al mismo tiempo que planteando reglas propias) y oposicional (rechazando los mensajes dominantes). Estos tipos de lectura dependían de la clase social de los receptores y de su propio contexto cultural, ante una realidad

---

<sup>55</sup>.- Algunas fuentes que pueden consultarse al respecto son las siguientes: CASTRO SILVA, Gustavo (1991): *La Teoría de la Dependencia y Herbert Marcuse*. Santiago de Chile, Universidad Católica de Chile. Tesis para optar el grado de Magíster en Ciencias Políticas; DOS SANTOS, Theotonio (1980): *Imperialismo y Dependencia*. México, Era, segunda edición; CARDOSO, Fernando Enrique y FALETTTO, Enzo (1973): *Dependencia y Desarrollo en América Latina. Ensayo de interpretación sociológica*. México, Siglo Veintiuno, séptima edición.

<sup>56</sup>.- Cfr. HALL, Stuart (1973): *Encoding and decoding in the television discourse: paper for the Council of Europe Colloquy on "Training in the Critical Reading of Televisual Language"*. Birmingham, Centre for Contemporary Cultural Studies. También puede consultarse en español: HALL, Stuart y DU GAY, Paul (2003): *Cuestiones de identidad cultural*. Madrid, Amorrortu.

inasible e imposible de representarse objetivamente. Los estudios culturales cobraron significativa vigencia en los años ochenta del siglo pasado. David Morley (1949-) del citado Centro Birmingham puso a prueba el modelo de Hall mediante estudios empíricos sobre la recepción en grupos sociales diversos de un programa de la televisión británica. Concluyó que Hall había sobreestimado el papel de la clase social y que había otros factores igualmente importantes en la decodificación de mensajes, como el sexo o la situación familiar<sup>57</sup>. Desde Inglaterra irradiaron los Estudios Culturales a toda Europa, e incluso a Norte América y a Latinoamérica.

El nuevo continente ha sido también pródigo en el emplazamiento de los Estudios Culturales. Autores como Néstor García Canclini, Jesús Martín Barbero, Guillermo Orozco, Valerio Fuenzalida y Jorge González, entre otros, han establecido varias perspectivas al interior de aquella corriente, aunque todas ellas asignan por igual un papel activo a las audiencias. Esta corriente supera una visión reduccionista de la cultura, que la confina al folklore como signo de identidad. La cultura, en cambio, es entonces concebida como un capital simbólico que se recrea constantemente por la acción cotidiana de los grupos sociales.

El argentino García Canclini (1939-) ha centrado su atención en el consumo cultural, incorporando la antropología social en la investigación empírica de la recepción y los públicos. Su tesis es que el consumo de los mensajes que difunden los medios no es homogéneo. Cada grupo compite por una apropiación del producto social, generándose una tensa diferenciación simbólica entre grupos y sectores sociales, en función de su grado de adhesión a subsistemas culturales distintos. Pero una misma persona puede participar simultáneamente en varios subsistemas, generándose un enorme dinamismo que permite la interacción de lo moderno con lo tradicional y la aparición de productos híbridos<sup>58</sup>.

---

<sup>57</sup>.- Cfr. MORLEY, David (1996): *Televisión, audiencias y estudios culturales*. Buenos Aires, Amorrortu.

<sup>58</sup>.- Entre las obras más destacadas del autor argentino pueden citarse: GARCÍA CANCLINI, Néstor (1990): *Culturas híbridas. Estrategias para entrar y salir de la modernidad*. México, Grijalbo; GARCÍA CANCLINI, Néstor (1997): *Cultura y Comunicación: entre lo global y lo local*. La Plata, Universidad de la Plata; GARCÍA CANCLINI, Néstor (2006): *Diferentes, desiguales y desconectados: mapas de la interculturalidad*. Barcelona, Gedisa.

Martín Barbero (1937-) parte del estudio de la cultura popular, cuyo interés se produce ante la necesidad que percibe de comprender las mediaciones que articulan los contenidos de los medios, adaptados a la tradición narrativa popular del mito y el melodrama, con el uso cotidiano que de ellos se hace. Este autor se interesa de modo especial en la interpretación y decodificación de los discursos televisivos, que se incorporan en la cotidianidad al insertarse en la rutina de los públicos. Martín Barbero asigna especial importancia a la capacidad de la cultura popular para resistir y reinterpretar las ideologías hegemónicas, integrando lo moderno con la memoria narrativa popular y convirtiéndose los sectores populares en sujetos activos en la creación y democratización de los contenidos culturales. No existe, desde esta perspectiva, un receptor pasivo y sometido<sup>59</sup>.

Orozco propone el modelo de las multimediaciones, que afirma una variedad de mediaciones: cognoscitivas, culturales, situacionales, estructurales y videotecnológicas. Según la postura de este autor mexicano, el receptor no se enfrenta solo a una pantalla de televisión. Trae su propio repertorio cultural y además intercambia su interpretación con su entorno, reelaborando el significado de los mensajes recibidos. La familia es, desde esta perspectiva, el primer lugar para la producción y apropiación de significados<sup>60</sup>. La perspectiva del chileno Valerio Fuenzalida es parecida: subraya la influencia grupal —de la familia, los amigos, los vecinos, los compañeros de trabajo— en la percepción del sentido que los receptores reconocen en los mensajes<sup>61</sup>. Jorge González, investigador de la Universidad de Colima (México), sostiene que la comunicación es un proceso de construcción, deconstrucción y reconstrucción del sentido, en función de la posición del receptor en el entramado social. Así, los sectores populares se apartan de los grupos hegemónicos en su interpretación de los mensajes,

---

<sup>59</sup>.- Obras relevantes del autor: MARTÍN BARBERO, Jesús (1987): *De los medios a las mediaciones*. Barcelona, G. Gili; MARTÍN BARBERO, Jesús (1987): *Comunicación y culturas populares en Latinoamérica*. México, G. Gili; MARTÍN BARBERO, Jesús (1992): *Televisión y melodrama*. Bogotá, Tercer Mundo; MARTÍN BARBERO, Jesús y REY, Germán (2000): *Los ejercicios del ver. Hegemonía audiovisual y ficción televisiva*. Barcelona, Gedisa.

<sup>60</sup>.- El autor se ha ocupado de la materia en OROZCO, G. (2001): *Televisión, audiencias y educación*. Buenos Aires, Norma. También en OROZCO, Guillermo (2002): *Recepción y mediaciones*. Buenos Aires, Norma.

<sup>61</sup>.- Sobre las propuestas de Fuenzalida puede consultarse: FUENZALIDA, Valerio y HERMOSILLA, María Elena (1989): *Televisión del mundo rural: Estudios de recepción televisiva*. Santiago de Chile, Corporación de Promoción Universitaria.

produciéndose desniveles culturales entre aquellos. Este autor ha estudiado los modos diversos en que actúan los denominados “frentes culturales”<sup>62</sup>.

#### II.2.2.2. Implicaciones éticas

Todas las posiciones precedentes, adscritas al enfoque crítico, trasuntan una preocupación ética, de defensa y revalorización del rol de los públicos. La sola postura contestataria ante la teoría positivista de la comunicación, y la denuncia del uso manipulador de los medios, entrañaba ya una búsqueda de elementos de contrapeso al poder sin límites que, amenazantes, exhibían los poderosos medios masivos de las primeras décadas del siglo veinte.

El análisis subyacente en el enfoque crítico, de cuño marxista, implicó sin embargo cuestionamientos que iban más allá de los tópicos propios de la deontología periodística. Se ponía en cuestión todo un sistema social, político y económico, y no una forma de actuación en los medios de comunicación. Pero aún así es posible concluir que en el núcleo del enfoque crítico hay una voluntad de limitar la acción de los medios en su capacidad de manipulación de los individuos. Esa preocupación responde a un conjunto de valores, que aunque pueden ser discutidos, evidencian una reflexión de base, una postura ética, que se contrasta con el papel de los medios de comunicación y que es un componente sustancial de ese hacer teórico. En tal sentido, también desde el enfoque crítico, es posible percibir esta estrecha relación entre la teoría de la comunicación y la ética.

#### II.2.3. Hacia un nuevo paradigma

Los enfoques descritos muestran también elementos en común que no nos proponemos ahora abordar. No obstante, cabe destacar que desde las dos perspectivas se creyó, en un inicio, en la omnipotencia de los medios de comunicación, la misma que también en los dos itinerarios teóricos ha sido progresivamente atenuada. El

---

<sup>62</sup>.- En ese mismo sentido se pronuncia el autor en GONZÁLEZ, Jorge A. (2001): “*Frentes culturales: para una comprensión dialógica de las culturas contemporáneas*”. En *Estudios sobre las Culturas Contemporáneas*, vol. VII N° 14 (segunda época), pp. 9-45.

enfoque positivista a partir de los estudios sobre la influencia personal y el enfoque crítico desde la emergencia de los estudios culturales. Es decir, si antes desde las dos orillas se afirmaba el poder ilimitado de los medios de comunicación —aunque con juicios y valoraciones éticas distintas sobre ese fenómeno—, luego ambas corrientes relativizaron esa capacidad de influencia y mostraron cómo los públicos son capaces de seleccionar sus fuentes, interpretar los contenidos de los medios y usarlos en función de sus propios intereses. Elihu Katz en una entrevista concedida a una revista académica chilena, en el 2000, señalaba su parecer sobre esta sorprendente cercanía.

«Es un hecho que la teoría crítica ha entrado en crisis; no puede explicar el cambio. Y, todavía más, en forma gradual ha comenzado a interesarse en la teoría de la recepción. Pienso en Stuart Hall, que no pertenece a la Escuela de Frankfurt, pero sí es un teórico crítico, un neomarxista. Él llega a plantear la idea de tres decodificaciones que el público hace de los mensajes de los medios de comunicación: hegemónica, negociada y oposicional... Muchos de los estudios tempranos en gratificaciones eran sobre cómo las personas leen estos “textos”. En suma se dan estas convergencias... aunque se nieguen a reconocerlo, los teóricos críticos se están acercando a Laszarsfeld»<sup>63</sup>.

En efecto, los enfoques antes enfrentados parecen hoy coincidir en diversos aspectos, al punto que surgió desde finales de la década de 1970 un movimiento de revisión y de síntesis de los paradigmas clásicos.

---

<sup>63</sup> .- Cfr. OTERO, Edison (2000): *op. cit.*, pp. 12-22. Desde una perspectiva epistemológica, Piñuel y Lozano han realizado también un esfuerzo de síntesis, con miras a un modelo integrador de la Teoría de la Comunicación, que supere las divisiones excesivas que cada teoría ha impuesto al estudio de la comunicación. Estos autores, tras hacer un recorrido por las diversas formas de comunicación en los seres vivos hasta la aparición del lenguaje humano, han auscultado la evolución de la escritura, para fijar luego su atención en la comunicación social. Sobre esa base han presentado los paradigmas más destacados en la Teoría de la Comunicación y sus criterios epistemológicos para, finalmente, en un esfuerzo de síntesis, proponer un modelo teórico integrador, que han denominado Mediación Dialéctica de la Comunicación Social. Cfr. PIÑUEL, José Luis y LOZANO, Carlos (2006): *Ensayo general sobre la comunicación*. Barcelona, Paidós.

II.2.3.1. Características

II.2.3.1.1. Horizontalidad

Una primera crítica contesta la concepción de la comunicación como un proceso lineal emisor-receptor, recogida en los citados modelos de Lasswell y de Shannon y Weaver, el cual es denunciado como autoritario, vertical, determinista y manipulador, pues su origen matemático y conductista plantea el proceso como un dato incontestable de la realidad, ajeno a los “ruidos”, lo cual impide un juicio crítico sobre las relaciones entre emisor y receptor y sobre el tipo de información que fluye en ese mismo proceso. Noam Chomsky<sup>64</sup>, Victorino Zeccheto<sup>65</sup>, Armand y Michelle Mattelart<sup>66</sup> y Daniel Prieto Castillo<sup>67</sup>, entre otros, han advertido sobre el riesgo de ese modelo, que impide una auténtica comunicación, capaz de optimizar los intercambios. Se demanda, por el contrario, relaciones horizontales, bidireccionales, en las cuales el receptor pueda también, alguna vez, jugar el rol de emisor. Es posible tener más o menos coincidencias con los planteamientos de los autores citados, pero desde nuestra lectura debe interpretarse que, con independencia de los juicios éticos resultantes, lo que hay detrás de esas posiciones es la exigencia de un mayor equilibrio en las relaciones entre emisor

---

<sup>64</sup>.- Una de las proyecciones de la obra del notable lingüista se produce en el campo de las comunicaciones, particularmente en la denuncia de las industrias culturales y su capacidad de sostener un discurso hegemónico. Sobre la materia puede consultarse: CHOMSKY, Noam (1992): *Ilusiones necesarias. Control de pensamiento en las sociedades democráticas*. Madrid, Prodhufi; CHOMSKY, Noam y RAMONET, Ignacio (1997): *Cómo nos venden la moto*. Barcelona, Icaria.

<sup>65</sup>.- Cfr. ZECCHETO, Victorino (1986): *Comunicación y actitud crítica*. Buenos Aires, Paulinas.

<sup>66</sup>.- La obra de los esposos Mattelart ha sido prolífica. Casi una treintena de libros publicados dan cuenta de ello. Aunque sus intereses intelectuales han trascendido el campo específico de la comunicación, sus principales obras están referidas a esta disciplina. Algunos títulos notables son los siguientes: MATTELART, Armand *et al.* (1970): *Los medios de comunicación de masas. La ideología de la prensa liberal*. Santiago de Chile, Cuadernos de la Realidad Nacional; DORFMAN, Ariel y MATTELART, Armand (1972): *op.cit.*; MATTELART, Armand y MATTELART Michèle (1980): *Los medios de comunicación en tiempos de crisis*. México, Siglo XXI; MATTELART, Armand y MATTELART Michèle (1987): *Pensar sobre los medios*. Madrid, Fundesco; MATTELART, Armand y MATTELART Michèle (1997): *Historia de las teorías de la comunicación*. Barcelona, Paidós; MATTELART, Armand (2006): *Diversidad cultural y mundialización*. Barcelona, Paidós.

<sup>67</sup>.- La postura del autor se observa en estas obras: PRIETO CASTILLO, Daniel (1978): *Retórica y manipulación masiva*. México, Edicol; PRIETO CASTILLO, Daniel (1979): *Discurso autoritario y comunicación alternativa*. México, Edicol; PRIETO CASTILLO, Daniel (1994): *La televisión, críticas y defensas*. Mendoza (Argentina), Ministerio de Cultura y Tecnología.

y receptor, lo cual implica, a nuestro juicio, incorporar la variable ética como propia de los estudios teóricos sobre la comunicación.

#### II.2.3.1.2. Participación

Implica la demanda de un flujo de informaciones libre y equitativo, entre los llamados Primer y Tercer Mundo y, con ello, el reclamo de un Nuevo Orden Mundial de la Información y la Comunicación (NOMIC). Asimismo, el empeño por la democratización de las comunicaciones, lo cual conlleva un rechazo del denominado imperialismo cultural y la defensa de las identidades y de la participación popular en los procesos de comunicación; y la búsqueda de mecanismos para una educación para la comunicación —para que el receptor adopte posturas activas y críticas que le permitan recodificar mensajes, aceptando contenidos útiles para sus necesidades y desechando los que no lo sean— y para una comunicación educativa.

#### II.2.3.1.3. Algunos aportes latinoamericanos

La demanda de una comunicación más horizontal y participativa ha tenido un peculiar desarrollo en América Latina que, en cierta forma, expresa la búsqueda de una síntesis de los dos enfoques tradicionales de la teoría de la comunicación, no exenta por cierto de valoraciones y exigencias éticas.

Robert White<sup>68</sup> distingue cuatro áreas de análisis “que pueden entenderse como una contribución latinoamericana considerablemente original a los estudios en materia de comunicación”: 1) Influencia de la política económica internacional en el desarrollo de los medios de comunicación autóctonos; 2) Política nacional de medios y democratización de la comunicación; 3) Formas alternativas de comunicación y movimientos populares y; 4) Relación entre medios de masas y cultura popular. Estos tópicos son coincidentes con los que proponen algunos autores como Beltrán<sup>69</sup>,

---

<sup>68</sup>.- Cfr. WHITE, Robert A. (1989): “*La teoría de la comunicación en América Latina. Una visión europea de sus contribuciones*”. En *Telos* N° 19, páginas 43 a 54.

<sup>69</sup>.- Cfr. BELTRÁN, Luis Ramiro (1993): *Comunicación para el desarrollo en Latinoamérica. Una evaluación sucinta al cabo de cuarenta años*. Discurso de inauguración de la IV Mesa Redonda sobre Comunicación y Desarrollo organizada por el Instituto para América Latina

Servaes<sup>70</sup> y Alfaro<sup>71</sup>, cuando reconstruyen las contribuciones en el ámbito específico de la comunicación para el desarrollo. Tomando los elementos considerados por cada uno de estos autores hemos reelaborado los campos de influencia de los aportes latinoamericanos. Con el propósito de una mayor sistematización los hemos agrupado bajo las siguientes denominaciones.

#### II.2.3.1.3.1. La denuncia de la dependencia en el desarrollo cultural

Desde fines de los cincuenta las teorías de Raúl Prebisch<sup>72</sup> sobre los injustos términos de intercambio entre los países centrales y los periféricos dieron origen a la denominada Teoría de la Dependencia. En sus versiones más pesimistas, esta corriente negaba toda posibilidad de progreso en el ámbito del capitalismo<sup>73</sup>. De esta forma el paradigma evolutivo y unilineal del progreso y la modernización resultaba inalcanzable.

De acuerdo con los postulados de los dependentistas los obstáculos al desarrollo eran externos. No radicaban en la ausencia de tecnología o en la preexistencia de valores ancestrales, como suponían los partidarios de la modernización, sino en el carácter expoliatorio del sistema internacional, donde el desarrollo de unas pocas naciones centrales era consecuencia del subdesarrollo de los mayoritarios pueblos periféricos. El paradigma de la dependencia, en su variante comunicacional, puso

---

(IPAL) en Lima, Perú, entre el 23 y el 26 de febrero de 1993. Recuperado el 20 de marzo de 2007 en: <http://www.infoamerica.org/articulos/beltran1.htm>.

<sup>70</sup>.- Cfr. SERVAES, Jan (2000): “Comunicación para el desarrollo: tres paradigmas, dos modelos”. En *Temas y Problemas de Comunicación*, vol.10, Universidad de Río Cuarto, pp.7-27.

<sup>71</sup>.- Cfr. ALFARO MORENO, Rosa María (1993): *Una comunicación para otro desarrollo*. Lima, Asociación de Comunicadores Sociales Calandria, pp. 19 y siguientes.

<sup>72</sup>.- La obra del gran economista argentino es muy vasta. Uno de los títulos fundacionales de su pensamiento es: PREBISCH, Raúl (1962): “El desarrollo económico de la América Latina y algunos de sus principales problemas”. En *Boletín Económico de América Latina*, vol. VII, N° 1, febrero. La versión original de este artículo es de 1949.

<sup>73</sup>.- Paul Baran fue de los primeros en negar las posibilidades de desarrollo dentro del sistema capitalista. Para él, desarrollo y subdesarrollo eran procesos interrelacionados. Ver BARAN, Paul (1967): *La economía política del crecimiento*. México, Fondo de Cultura Económica, cuarta edición en español, pp. 164 y 165. También André Gunder Frank afirmó que las metrópolis tienden a desarrollarse, al mismo tiempo que los satélites a subdesarrollarse. Véase FRANK, André Gunder (1971): *Sociología del desarrollo y subdesarrollo de la sociología. El desarrollo del subdesarrollo*. Barcelona, Anagrama, pp. 101 y siguientes. También puede consultarse en DOS SANTOS, Theotonio (1980): *op.cit.*, p. 63. Otros autores coincidentes en la crítica al desarrollismo fueron Fernando Henrique Cardoso, Enzo Faletto, Celso Furtado, Rodolfo Stavenhagen, entre otros.



también énfasis en los factores externos y las contradicciones en materia de flujos de información entre el centro y la periferia. Así como en el terreno económico se demandaba un nuevo orden económico internacional (NOEI), en el ámbito de las comunicaciones se clamaba por un nuevo orden internacional de la información. Así como en la economía se propugnaba la ruptura con el mercado mundial y la autarquía, en el terreno informativo se postulaban políticas nacionales de información que otorgaran un control estatal sobre los flujos noticiosos.

También los modelos clásicos de comunicación fueron cuestionados. Los enunciados de Harold Lasswell cayeron en desuso. La “pedagogía del oprimido” del educador brasileño Paulo Freire<sup>74</sup> impuso perspectivas más dialogantes y horizontales, con repercusiones en el terreno de la comunicación. Esas nuevas ideas fueron incluso compartidas por autores adscritos al enfoque positivista, como Wilbur Schramm, Everett Rogers y Daniel Lerner<sup>75</sup>.

Ya en los años sesenta del siglo anterior había un rechazo entre los investigadores latinoamericanos, respecto del funcionalismo norteamericano. Por el contrario, el sistema teórico adoptado por los investigadores de la región fue la ya citada Teoría de la Dependencia. Estudios sobre los contenidos de la programación televisiva, de las tiras cómicas, de la publicidad y de las noticias, concluyeron en la práctica de una imposición ideológica capitalista, en una suerte de imperialismo cultural, destructor de las propias tradiciones y capaz de atar a las clases populares a las ideologías dominantes<sup>76</sup>.

Posteriormente fue superada esta interpretación reduccionista e ingenua, que dividía el mundo entre dominadores externos y receptores pasivos y que suponía la posibilidad de digitar y manipular los comportamientos de las personas desde un único

---

<sup>74</sup>.- Cfr. FREIRE, Paulo (1992): *La pedagogía del oprimido*. Madrid, Siglo XXI. La primera edición de esta obra es de 1970.

<sup>75</sup>.- Cfr. BELTRÁN: Luis Ramiro (1993): *op. cit.*

<sup>76</sup>.- Sobre el particular Kunczic ha descrito cómo a mediados de los años ochenta, la proporción de producciones norteamericanas, en el conjunto de programas importados de televisión, alcanzaba un 75% en Latinoamérica, 44% en Europa Occidental y 32% en los países árabes. Cfr. KUNCZIC, Michael (1992): *Desarrollo y Comunicación. Sobre la importancia de la comunicación en el proceso de desarrollo*. Bonn, Fundación Friedrich Ebert, p. 51.

y estratégico centro de poder, capaz de impregnar al conjunto de la humanidad con su cultura, sus valores y creencias.

#### II.2.3.1.3.2. Las políticas nacionales y la democratización de la comunicación

Surgió así la demanda por establecer políticas nacionales de comunicación que revirtieran la situación referida en el apartado anterior y que, al mismo tiempo, favorecieran un mayor control nacional de los medios. Centros de investigación como el Instituto Latinoamericano de Estudios Transnacionales, ILET, en México o el Instituto de Investigación de la Comunicación, ININCO, en Venezuela, además de otros similares, alentaron tales políticas. Éstas, según White, tenían como fundamento una nueva filosofía pública en materia de comunicación<sup>77</sup>, que implicaba también una opción ética. Algunos lineamientos concretos de esas políticas apuntaban a la creación de medios de comunicación estatales como alternativas frente a los privados o políticas de control sobre la participación de capitales extranjeros en los medios<sup>78</sup>.

El presidente venezolano Carlos Andrés Pérez quiso crear a inicios de los setenta el Consejo Nacional de Cultura (CONAC) y un Instituto para la radio y televisión educativas en su país. Aquellos serían instrumentos de una política nacional de comunicación. Sin embargo, la iniciativa tuvo el rechazo de las empresas de telecomunicaciones. Empeños semejantes se realizaron también en México y Perú, en el contexto de gobiernos reformistas, aunque con éxito muy limitado<sup>79</sup>.

---

<sup>77</sup>.- Esa filosofía, según White, concebía los medios así: 1) Como un proceso de comunicación destinado a crear un debate razonado y libre y no sólo como un canal de información; 2) Como un servicio de interés público normado por el Estado; 3) Como instrumento para el acceso universal a la comunicación; 4) Como mecanismo para la participación de las clases populares, y 5) Como un foro para el desarrollo de las culturas latinoamericanas autóctonas. Cfr. WHITE, Robert A. (1989): *op. cit.*

<sup>78</sup>.- A su vez, Antonio García ha definido la política nacional de comunicación en los siguientes términos: «La política nacional de comunicación social se concibe, entonces, como aquella que se encuadra dentro de una estrategia de desarrollo, que orienta y regula tanto la acción del Estado como la totalidad de estructuras de participación social, que se inspira en una nueva concepción de la cultura (humanismo-social) y que hace posible la articulación y adecuación de los diversos componentes de un sistema nacional de comunicación e información». GARCÍA, Antonio (1980): *¿Comunicación para la dependencia o para el desarrollo?* Quito, CIESPAL, p. 266.

<sup>79</sup>.- «En México se hizo —dice Grooscors—, a fines de los setenta, el mayor y mejor plan nacional de comunicaciones que se haya hecho nunca en el Tercer Mundo, pero aquello terminó archivado. Todo, por causa de la reacción de los medios». GROOSCORS, Guido (1987):

A nivel mundial la UNESCO promovió una serie de encuentros. En 1974 se llevó a cabo una reunión de expertos en Bogotá y en 1976 otra de representantes gubernamentales en San José de Costa Rica. En esta ocasión fueron aprobadas treinta recomendaciones orientadas a la aplicación de políticas nacionales de comunicación y a la creación de consejos nacionales de comunicación. Ya desde 1973 el Movimiento de los Países No Alineados, en su Conferencia Cumbre en Argel, había reclamado también un Nuevo Orden Informativo Internacional, propuesta que fue más tarde acogida por la Asamblea General de las Naciones Unidas. Siguiendo sus instrucciones, la XIX Conferencia General de la UNESCO, celebrada en Nairobi, acordó la conformación de una comisión de expertos para estudiar los problemas contemporáneos de la comunicación.

Se constituyó entonces la muy famosa Comisión McBride, que integraban entre otras personalidades el intelectual chileno Juan Somavía y el laureado escritor colombiano Gabriel García Márquez. Su informe final fue entregado en 1980 y en él se expone la necesidad de un Nuevo Orden Mundial de la Información y de la Comunicación<sup>80</sup>. De él se desprenden también algunas recomendaciones aprobadas por la XX Conferencia General de la UNESCO, en materia de equidad, libertad y democracia en la comunicación nacional e internacional.

En respuesta a las propuestas surgidas en el seno de la UNESCO se realizó en Talloires (Francia) una reunión con la participación de sesenta instituciones de medios de comunicación de más de veinte países, demandando a la UNESCO el cese de sus empeños por regular la prensa<sup>81</sup>. En medio de ese intenso debate, en 1985 los Estados

---

*“Políticas de comunicación para el desarrollo”*. En INSTITUTO PARA AMÉRICA LATINA: *Comunicación y desarrollo*. Lima, IPAL, p. 26.

<sup>80</sup>.- Cfr. MCBRIDE, Sean *et al.* (1993): *Un solo mundo voces múltiples. Comunicación e información en nuestro tiempo*. México, Fondo de Cultura Económica. Tercera reimpresión. La versión original es de 1980.

<sup>81</sup>.- La declaración de Talloires —considerada la antípoda de los pronunciamientos a favor del llamado Nuevo Orden Mundial de la Información y la Comunicación— fue suscrita por agencias de noticias, como France Press, Reuter, Associated Press y United Press International. También estuvieron entre los firmantes la Comisión Mundial de Libertad de Prensa, la Asociación Americana de Directores de Periódicos, la Federación Internacional de Directores de Periódicos, el Instituto Interamericano de Prensa, la Asociación Americana de Directores de Periódicos y la Federación Norteamericana de Radiodifusores, entre otras entidades.

Unidos de América se retiraron de la UNESCO, haciendo lo propio el Reino Unido, un año más tarde.

Las propuestas de la Comisión McBride, nos parece, fueron muy cuestionables en muchos sentidos. Ellas parecían tender a un peligroso control estatal de los medios de comunicación y de los flujos internacionales de la información, lo cual resultaba abiertamente contradictorio con el reconocimiento de la libertad de información como un derecho humano fundamental. Ello suponía un consecuente riesgo de censura y peligros inminentes para el sistema democrático.

Pese al declive de la corriente promotora de las políticas nacionales de comunicación, de la que nos hemos ocupado en estos párrafos, ha quedado en pie un aspecto positivo: la concepción de los medios como servicio público, coincidentemente tan extendida en la legislación europea de radio y televisión. El concepto de servicio es también una noción ética, que implica valores tales como responsabilidad y solidaridad. Otra lección de las políticas nacionales es menos halagadora: el peligro que representa el control estatal de los medios y de los flujos informativos, tan riesgoso como la hegemonía que sobre ellos pueden ejercer unos pocos pero poderosos agentes privados.

#### II.2.3.1.3.3. El fomento de la comunicación popular o alternativa

Desacreditadas las propuestas del Nuevo Orden Mundial de la Información y de la Comunicación, y vencidos sus promotores, estos se hicieron fuertes en el fomento de la comunicación popular o alternativa.

«Lo alternativo —ha dicho Andrés León— está constituido por todo el conjunto conceptual y técnico de elementos que se encuentran en contradicción con lo tradicional y establecido»<sup>82</sup>.

Lo tradicional y establecido en los medios de comunicación eran los contenidos informativos, considerados verticales, unilaterales y alienantes, incapaces de reconocer los valores culturales de la región. Lo alternativo objetaba ese modelo y planteaba, en

---

<sup>82</sup>.- LEÓN, Andrés (1987): *“Políticas de comunicación para el desarrollo”*. En INSTITUTO PARA AMÉRICA LATINA: *Comunicación y desarrollo*. Lima, IPAL, p. 59.

lugar de un único emisor, una dispersión de emisores heterogéneos, flexibles y adaptados a realidades específicas. Ello implicaba, a su vez, una alteración de la forma de propiedad de los medios, del control tecnológico, de la administración de los contenidos y del propio rol de los receptores que, dada su cercanía a los emisores, podían asumir un papel mucho más activo.

Una de las contribuciones más importantes de los investigadores latinoamericanos, a la teoría de la comunicación en Europa y otras partes del mundo, habría sido un cuerpo de teoría y de métodos de aplicación práctica para la promoción de una cultura y una comunicación popular y participativa<sup>83</sup>. En ello habrían jugado un rol destacado las iglesias, creando extensas redes de organizaciones rurales y numerosos centros de adiestramiento para la comunicación y la educación popular. En estos, a través de prácticas innovadoras —como el uso de centros de documentación, modestos periódicos, emisoras barriales o representaciones de teatro popular—, se promocionó los valores de la cultura popular, como alternativos a los difundidos desde las grandes industrias culturales norteamericanas. Estas formas de comunicación de base ofrecían, además, la posibilidad de incorporar a los sectores mayoritarios de la población al proceso político y cultural de la región.

La idea subyacente de que esas formas de comunicación alternativa podrían hacer frente a los embates de la cultura dominante, representada en los grandes medios de comunicación, buscaba equilibrar las relaciones entre la cultura hegemónica y la cultura popular, procurando establecer redes propias capaces de preservar los valores autóctonos. Se percibe también en esta actitud de resistencia un reclamo de equidad y justicia en el proceso de interlocución.

La comunicación alternativa se extendió entonces por el continente, multiplicando numerosas experiencias: pequeños periódicos mimeografiados y amplificadores de sonido convertidos en informales emisoras radiales, fueron los instrumentos preferidos de organizaciones barriales y gremios populares. Este proceso fue acompañado por diversas organizaciones regionales de profesionales de la comunicación. La Asociación Latinoamericana de Escuelas Radiofónicas (ALER), la

---

<sup>83</sup>.- WHITE, Robert (1989): *op. cit.*

Federación Latinoamericana de Periodistas (FELAP), la Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación (ALAIC) y el Instituto Latinoamericano de Estudios Transnacionales (ILET), fueron algunas de las entidades más comprometidas con las corrientes contestatarias al modelo clásico.

#### II.2.3.1.3.4. El estudio de la cultura y de las mediaciones

Continuando con la secuencia de White —de la que somos tributarios y que nos ayuda a componer los epígrafes de este capítulo—, puede afirmarse que hubo un cuarto ámbito de interés en las investigaciones latinoamericanas. Este es el de la cultura popular como factor de reacción frente a los medios de comunicación de masas y de democratización social de la comunicación y la cultura. Este análisis considera las mediaciones y su uso cotidiano en la familia y la comunidad, evaluando cómo el discurso de los medios se adapta a las tradiciones populares del mito y el melodrama, al mismo tiempo que las audiencias resisten la hegemonía cultural y reconocen en los medios su propia identidad.

Martín Barbero ha destacado el papel central que hay que adjudicar hoy a la comunicación, como centro de la modernidad<sup>84</sup>. Se ha referido también al papel de los medios como espacios de producción y de circulación cultural en el contexto de la modernidad. Ésta habría sido pensada en nuestra región como la prolongación de la modernidad europea, signada por los patrones de la ilustración y la cultura letrada. En Latinoamérica, en cambio, la modernidad tendría que ser reconocida como un proceso por el cual las fuentes de producción cultural ya no serían la comunidad, la iglesia o el Estado, sino más bien las industrias y los aparatos especializados. La modernidad implicaría la disolución de cualquier horizonte cultural común, para dar paso a una cultura de lo oral y lo visual, donde los modernos medios de comunicación de masas sustituyen al libro, puntal de la modernidad europea e ilustrada. Disponen entonces los medios de un enorme poder, particularmente la televisión, capaz de construir un nuevo imaginario social, de diseñar la imagen que tienen los pueblos de sí mismos.

---

<sup>84</sup>.- Cfr. MARTÍN BARBERO, Jesús (1994): “*La comunicación, centro de la modernidad. Una peculiar relación en América Latina*”. En *Telos* N° 36, Madrid, pp. 39-46.

No obstante, la corriente del estudio de la cultura y de las mediaciones se centra en las formas de apropiación de las audiencias respecto de los mensajes de los medios. Según sus mentores los públicos son capaces de resistir la hegemonía cultural y reconocer su propia identidad. Este rol activo de las audiencias y su capacidad de procesar los contenidos de los medios nos trae a la memoria el ya citado modelo de De Fleur, quien describe un modelo de decodificación de significados por parte del receptor. En el aporte de los autores latinoamericanos esta decodificación se hace en claves de cultura e identidad. El reconocimiento de las audiencias y de sus valores nos lleva nuevamente a la presencia de lo ético en la teoría de la comunicación. Abordaremos con más detalle esta postura en las próximas páginas.

#### II.2.3.2. Implicaciones éticas

Una vez más es necesario subrayar el componente ético en todos estos aportes teóricos. El reconocimiento de los valores propios de los públicos frente a cualquier pretensión de hegemonía cultural; la democratización de las comunicaciones que pasa, más allá de un tema de propiedad de los medios, por uno de representación de los actores sociales en ellos; la comunicación alternativa como generación de espacios propios para la comunicación, alternativos a los grandes medios y con contenidos que responden a las necesidades cotidianas de sus públicos; y el reconocimiento de las audiencias en su capacidad de procesar y reconstruir los contenidos emanados por los medios, son también elementos de tipo valorativo, que constituyen una constante en las elaboraciones teóricas de los investigadores latinoamericanos de la comunicación.

### II. 3. Aportes sobre la relación entre teoría de la comunicación y ética

Tras la revisión de los principales enfoques teóricos de la comunicación, y luego de haber destacado en ellos la presencia de contenidos propios de la ética, nos parece pertinente plantear algunas perspectivas académicas que subrayan también este nexo entre la ética y la teoría de la comunicación.

II.3.1. Relación entre ciencia y ética.

La relación entre la ciencia y la ética puede ser auscultada a partir de unas interrogantes planteadas por Porfirio Barroso: “¿Es la Ética una verdadera ciencia?” “¿puede la ciencia perseguir fines morales?”<sup>85</sup>

Si nos atenemos al pensamiento kantiano, sobre la autonomía de los valores morales, entonces la ética no podría ser objeto de estudio científico. Esta posición es la propia de los positivistas, para quienes la ética está más vinculada a la religión y la teología. El filósofo británico Bertrand Russell (1872-1970), por ejemplo, afirmó que un valor moral frente a otros no puede ser objeto de definición científica. “Esta diferencia es cuestión de gustos, y no una verdad objetiva cualquiera”<sup>86</sup>.

«La ética —agrega Russell— se diferencia de la ciencia en que sus datos fundamentales son los sentimientos y emociones, no las percepciones. Esto hay que entenderlo en sentido estricto, es decir, que los datos son los sentimientos y las emociones mismas, no el hecho de poseerlos. El hecho de poseerlos es un hecho científico como cualquier otro, y nos damos cuenta de ello por percepción, del modo científico habitual. Pero un juicio ético no constata un hecho; constata, aunque a veces de forma disfrazada, alguna esperanza o temor, algún deseo o aversión, algún amor u odio»<sup>87</sup>.

El autor agrega luego que las afirmaciones éticas, por ejemplo las relativas al amor al prójimo, no pueden ser probadas o refutadas acumulando hechos. Pero, aunque esas emociones y sentimientos puedan parecer subjetivos, esto no puede concluirse en todos los casos. El mismo Russell distingue, por ejemplo, entre nuestra opinión sobre el gusto de las ostras y la que podamos tener sobre la tortura a los judíos a manos de los nazis. Así pues, al mismo tiempo que los sentimientos éticos no siempre pueden ser tildados de subjetivos, la ciencia, contrariamente, tampoco puede considerarse siempre absolutamente objetiva. “Los datos de la ciencia son percepciones individuales, y éstas

---

<sup>85</sup>.- BARROSO ASENJO, Porfirio (2003): *Proyecto Docente e Investigador. Ética y Deontología de la Información Periodística*. Madrid, edición del autor, p. 58

<sup>86</sup>.- RUSSELL, Bertrand (1956): *Religión y Ciencia*. México, Fondo de Cultura Económica, p. 238.

<sup>87</sup>.- RUSSELL, Bertrand (1984): *Sociedad humana: ética y política*. Madrid, Cátedra, p. 25.



son mucho más subjetivas de lo que supone el sentido común”, agrega Russell. Las divisiones entre los campos diversos del conocimiento y de las formas que nos aproximamos a él resultan de construcciones intelectuales más o menos abstractas y en tal sentido relativas.

La ciencia se interesa en los hechos y la moral, en cambio, en los valores. Desde este punto de vista la ciencia no puede interesarse en los valores, que no son mensurables y verificables de un modo objetivo y racional. Pero aún frente a la moral, la ciencia no puede desentenderse de su relevancia. La moral expresa necesidades objetivas de seres humanos concretos, frente a los cuales el científico no puede permanecer indiferente. “La ética es una ciencia que preocupa tanto o más que cualquiera de las otras ciencias. La experiencia está demostrando que el desarrollo científico y económico sin una moral individual y social que lo sustente es un peligro para la sociedad”<sup>88</sup>. Por ello resulta una necesidad establecer el nexo entre ciencia y ética.

El objetivo de la ciencia es servir al hombre, mejorar su existencia. Esta es la promesa incumplida del positivismo y del mundo moderno. La ciencia, que en definitiva procura una aproximación tan certera como sea posible, a la verdad, no puede ignorar este presupuesto básico de su existencia, cuando se la vincula a la moral, uno de cuyos valores supremos es también la verdad.

Si bien la moral no posee el estatuto epistemológico de la ciencia, para entrar en diálogo con ella en plano de igualdad, la ética sí es una verdadera ciencia, cuyos enunciados no pueden ser ignorados por los científicos positivistas. Para algunos de ellos la ética tampoco es una ciencia, porque la función de ésta última es conocer lo que es y no lo que debe ser. Se le achaca a la ética un carácter normativo, prescriptivo, que le impide tal estatus. Si sus principios no son demostrables experimentalmente entonces no sería ciencia.

En el propósito de exclusión de la ética del campo de la teoría de la comunicación podría argüirse que la teoría científica se interesa sólo en el

---

<sup>88</sup>.- BARROSO, Porfirio (2007): *Ética y Deontología Informática*. Madrid, Fragua, tercera edición, p. 21.

conocimiento racional y empírico. El pensamiento científico es objetivo, racional, lógico, sistemático y se ocupa de los datos de la realidad, aportados por la experiencia. No de la metafísica. Lo observado y lo experimentado pueden expresarse de un modo racional en hipótesis, teorías y leyes. No obstante, la ética es definida también como una ciencia y puede, por tanto, entrar en pie de igualdad en diálogo con las ciencias de la comunicación, en cuanto ambas tienen un objeto de estudio, un método y un carácter racional. La ética estudia los comportamientos morales y está sustentada también en datos de la realidad verificables empíricamente. Es más bien la pretensión cuantitativa de algunos positivistas la que entra en contradicción con el análisis cualitativo que, frecuentemente, demanda el estudio de la ética.

Otros autores, en cambio, han subrayado el carácter científico del estudio de la ciencia. El croata profesor de la Universidad de Navarra Luka Brajnovic (1919-2001), por ejemplo, definió la ética como “...la ciencia filosófica teórica y práctica que investiga la moralidad de los actos humanos y estudia los valores, la vida y la conducta moral de la persona y de la comunidad humana, teniendo siempre como fin la honestidad”<sup>89</sup>. El francés René Simon (1898-1971) dijo de ella que es “la ciencia normativa de la conducta humana a la luz de la razón”<sup>90</sup>. El existencialista mexicano José Rubén Sanabria (1924-2002) defendió el carácter científico de la ética “porque es una disciplina racional; parte de los actos humanos y los trasciende para llegar a sus principios. Es un conjunto de principios sistemáticos, metódicos, racionales, basados en la experiencia y fundados en principios”<sup>91</sup>. El filósofo hispano mexicano Adolfo Sánchez Vázquez define la ética como “la teoría o ciencia del comportamiento moral de los hombres en sociedad, o sea, es ciencia de una forma específica de conducta humana” y agrega que “responde a la necesidad de un tratamiento científico de los problemas morales”<sup>92</sup>. El profesor José Ángel Agejas, de la Universidad Francisco de Vitoria, de Madrid, también otorga carácter científico al estudio de la ética y le reconoce como objeto de estudio “todas aquellas acciones que el hombre pone en práctica a través del ejercicio de su razón y voluntad”, pero en cuanto humanas, es decir

---

<sup>89</sup> .- BRAJNOVIC, Luka (1978): *Deontología Periodística*. Pamplona, EUNSA, p. 19.

<sup>90</sup> .- SIMON, René (1978): *Moral*. Barcelona, Herder, p 37.

<sup>91</sup> .- SANABRIA, José Rubén (1976): *Ética*. México, Porrúa, p. 21.

<sup>92</sup> .- SÁNCHEZ VÁZQUEZ, Adolfo (1978): *Ética*. Barcelona, Grijalbo, p. 25.

“en cuanto que le perfeccionan como persona, en cuanto orientadas a la consecución del fin total del hombre”<sup>93</sup>.

El filósofo y epistemólogo argentino Mario Bunge ha reclamado también para la ética un estatus científico:

«Es verdad que lo moral —materia prima de la ética— no es científico, por no ser un trozo de conocimiento sino un aspecto de la conducta humana. Los bienes se constituyen fuera de la ética... Pero si se define la ética como el *conocimiento* del mundo moral, ¿Por qué no admitir que pueda llegar a ser cabalmente científica si adopta el método de la ciencia? ¿Por qué seguir negando a priori que lo moral, sin ser ciencia —como tampoco lo son el camino o el dique—, pueda ser encarado científicamente? El camino y el dique planeados y contruidos con arreglo a las leyes físicas son mejores que los que se hacen prescindiendo de conocimientos y normas científicas ¿No podrá ocurrir lo mismo con la conducta deseable?...»<sup>94</sup>

Porfirio Barroso se ha pronunciado también sobre esta delicada relación entre ética y ciencia. Él ha admitido que un juicio ético no declara un hecho, como sí lo hace un juicio científico. “Las expresiones puramente éticas —dice— no pueden ser probadas por muchos hechos que acumulemos”. No obstante, la ética puede alcanzar un estatus de conocimiento organizado, siempre que sea capaz de superar la subjetividad en sus análisis. Para superar ese escollo, el autor toma como fuente de las creencias éticas una justificación científica del juicio moral, lo cual precisa de tres demostraciones: que la norma y la finalidad asociada a ella sean compatibles con las demás normas de la comunidad social; que la norma y la finalidad asociada a ella sean compatibles con las leyes biopsicosociales conocidas; y que los supuestos de la norma y la finalidad sean válidos<sup>95</sup>.

---

<sup>93</sup>.- AGEJAS ESTEBAN, José Ángel (2002): “*Ética: realización personal y desarrollo social*”. En AGEJAS ESTEBAN, José Ángel y SERRANO OCEJA, Francisco José (coordinadores): *Ética de la comunicación y de la información*. Barcelona, Ariel Comunicación, pp. 20-21.

<sup>94</sup>.- BUNGE, Mario (1996): *Ética, Ciencia y Técnica*. Buenos Aires, Sudamericana, p. 92. Los textos entre guiones y en cursiva corresponden al original citado.

<sup>95</sup>.- Cfr. BARROSO ASENJO, Porfirio (1982): “*Ética y Ciencia*”. En *Arbor. Ciencia, Pensamiento y Cultura*, tomo CXI, N° 433, Madrid, pp. 37-45.

Los positivistas presumen de la objetividad de la ciencia, de su carácter experimental, pasible incluso de ser medido y cuantificado. Bunge sale al paso de esos criterios absolutos. Él afirma que tanto las normas como las fórmulas de la ciencia teórica corresponden a esquemas ideales antes que a entes concretos: “los modelos teóricos, sea de sistemas físicos o de grupos sociales, son idealizaciones, esquematizaciones que descartan un sinnúmero de aspectos”<sup>96</sup>. Bunge sabe muy bien de lo que habla, posee un doctorado en ciencias físico matemáticas. Si incluso las denominadas ciencias “exactas” construyen modelos ideales, no siempre coincidentes con la realidad, cuánto más las ciencias sociales, que trascienden las leyes de la naturaleza para adentrarse en las regularidades del comportamiento humano. Éstas construyen también, obviamente, modelos incapaces de recoger todas las variables posibles. Esto sucede en la antropología, en la sociología o en la economía, tanto como en las ciencias de la comunicación, donde como hemos visto se construyen modelos siempre perfectibles.

La ética, como el estudio de lo moral, concluimos que es también un conocimiento científico capaz de proponer teorías y modelos, basados no en la pura reflexión especulativa, sino en los datos de la conducta humana frente a concretas disyuntivas morales, y ante la evidencia de las consecuencias de los resultados de tales conductas, juzgando su conformidad o no con el bien de la personas. Este conocimiento ético, aunque autónomo como disciplina, parece muchas veces fundirse con la teoría de la comunicación, cuando se trata de analizar diversos aspectos del fenómeno de la comunicación social.

### II. 3.2. Relación entre ciencias de la comunicación y ética

Antes de ocuparnos de la relación entre las ciencias de la comunicación y la ética, y de los aportes de algunos autores sobre este nexo, es conveniente dejar a salvo la distinción entre información y comunicación.

La palabra “información” tiene su origen en el término latino *informatio* o *informationis*, que deviene del verbo latino *informo*. Éste significa “formar”. Porfirio

---

<sup>96</sup>.- BUNGE, Mario (1996): *op. cit.*, pp. 96 y 97.

Barroso ha entendido el término en relación al que forma, instruye o enseña. En el caso concreto de nuestra disciplina, la referencia es al que da forma a las noticias. No en vano se habla de las funciones propias de los medios: enseñar, informar y entretener. El vocablo “comunicación”, por su parte, tiene su antecedente en el latino “*communicatio*, *communicationis*”, del verbo “*communico*”. Ello alude a hacer participante, repartir, comunicar, hablar, hacer común. “*Communicare*”, a su vez, parte de “*communis*”, común. Otras acepciones de “*communicare*” son juntar, mezclar, tener relaciones, tratar, hacer causa común, compartir. Así comunicar es poner algo en común.

En general la “información” se considera como un producto y la “comunicación” como un proceso. El conocido informe McBride advierte de la confusión en obras especializadas de las palabras “información” y “comunicación”<sup>97</sup>. De igual forma Luka Brajnovic<sup>98</sup> y Ángel Benito<sup>99</sup>, profesor emérito de la Universidad Complutense de Madrid, han distinguido entre ambos conceptos.

El citado profesor Brajnovic, pese a las precisiones conceptuales, pensaba que información y comunicación constituyen dos círculos que se entrecruzan compartiendo campos comunes. Nos interesa esta coincidencia de campos porque nuestra preocupación por lo ético apunta de un modo más específico al ámbito de la comunicación social, donde se superponen la información y la comunicación. En

---

<sup>97</sup>.- «En el presente informe —dice—, han sido utilizadas del modo más coherente posible, refiriéndolas a dos fenómenos distintos: la comunicación es el proceso de intercambio de informaciones, hechos, opiniones y mensajes entre los individuos y los pueblos; la información es un “producto”, independientemente de que se trate, por ejemplo, de noticias, datos y de los demás elementos o contenidos de los medios de información de las actividades o de las industrias culturales». MCBRIDE, Sean *et al.* (1980): *Un solo mundo, voces múltiples*. París, UNESCO, p. 492.

<sup>98</sup>.- De la información ha dicho que es «...el conjunto de las formas, condiciones y actuaciones para notificar o hacer saber, individual o públicamente, los elementos de conocimiento de hechos, de sucesos, de actividades y proyectos, de datos históricos o previsibles, todo ello mediante un lenguaje adecuado y comunicable, utilizando palabras y signos, señales y símbolos, expresados directamente o a través de las conductas y sistemas aptos para este fin...». BRAJNOVIC, Luka (1979): *El ámbito científico de la información*. Pamplona, Eunsa, pp. 36-37. El mismo autor dice que la comunicación «...es el conducto, contacto directo, contagio o encuentro creativo que une distancias, presencias, estados de ánimo o disposiciones ínter sugerentes y creativas, sin el fin —de suyo— informativo, aunque puede ser el vehículo de la información». *Ibidem*, p.45.

<sup>99</sup>.- «Por eso, no debe confundirse información, y comunicación, la primera constituye el tratamiento que recibe aquello que se va a comunicar; la comunicación es la consecuencia de ese proceso, una situación de comunicación». BENITO JAÉN, Ángel (1982): *Fundamentos de Teoría General de la Información*. Madrid, Pirámide, p. 185.

consecuencia, cuando usamos de modo constante la expresión ciencias de la comunicación, no pretendemos tomar opción entre los campos de la comunicación y la información, sino referirnos a ese ámbito común al que alude Brajnovic: el de la comunicación social. Al respecto, nos importa señalar que toda teoría de la comunicación social que excluya de su interés la ética, abandona un espacio primordial de conocimiento en una materia intrínsecamente exigente desde el punto de vista ético<sup>100</sup>. Esta conjunción entre la información y la comunicación permite en nuestra opinión vislumbrar con más claridad la dimensión ética de la disciplina. La información en sí misma, para ser valedera ha de ser veraz lo cual incorpora ya el factor ético. Pero ese producto informativo puede ser más o menos inocuo, en función de si es o no objeto del proceso de comunicación. Cuando ese producto es ofrecido al público mediante el proceso de la comunicación entonces su necesidad ética se hace mucho más intensa, al extremo de constituirse, a nuestro juicio, en un elemento constitutivo del proceso y por ello de su estudio científico.

El proceso de la comunicación social, como objeto de estudio de la teoría de la comunicación, creemos también que no puede ser visto como un espacio aislado, ajeno al contacto con otras disciplinas. La ciencia no puede tampoco someterse a una parcelación tan radical que niegue, cual compartimentos estancos, el contacto de una disciplina con otros ámbitos del saber. La interdisciplinariedad y la interacción entre ramas distintas de la ciencia son una oportunidad de enriquecimiento del conocimiento. Así lo atestigua la propia evolución de la teoría de la comunicación, en cuyos orígenes pueden percibirse las preocupaciones de académicos de la sociología, la psicología y hasta las matemáticas, que han dejado su impronta en ese devenir.

Así como las ciencias de la comunicación no pueden desligarse de su relación con otras disciplinas, tampoco lo pueden hacer respecto de la ética. El estudio de las ciencias de la comunicación, nos parece, no puede prescindir del estudio de las aplicaciones de la ética que le son connaturales. Si la teoría de la comunicación pretende establecer ciertas regularidades en el desarrollo del proceso de la

---

<sup>100</sup>.- Felizmente los estudios sobre la ética de la comunicación de masas han ido en aumento en las últimas décadas, según lo atestigua Christians. Su tesis, al respecto, es la creciente seriedad de estos estudios en orden a su rigor teórico. Cfr. CHRISTIANS, Clifford G. (1995): "Review Essay: Current Trends in Media Ethics". En *European Journal of Communication* vol. 10, Nº 4, pp. 545-558.

comunicación, y siendo éste un proceso intrínsecamente humano y social, importan en él las conductas de los actores de ese proceso y los contenidos de los mensajes comunicados. Algunos aportes que abonan a favor de esta ineludible relación entre ciencias de la comunicación y ética son los que siguen.

#### II. 3.2.1. La dimensión ética de la teoría

Manuel Martín Serrano ha deslizado algunas ideas sobre el tema, que pueden ser destacadas en estas páginas, al exponer su visión sobre el significado que para este autor tiene el hacer teoría de la comunicación, utilizando las reglas del trabajo científico. Ello, a su juicio, está determinado por el tiempo histórico en que se cumple esta tarea. De este modo el hacer teórico implica un compromiso del científico, dada la influencia de su obra. “La dimensión ética de la teoría la aprendimos de la escuela de Frankfurt”, dice el autor. El legado más relevante de esa escuela habría sido el mostrar que las teorías científicas son también teorías de liberación, cuando este tipo de conocimiento estudia los usos sociales o políticos, como lo hicieron los frankfurtianos para identificar los rasgos autoritarios del régimen nazi o de las políticas macartistas en los Estados Unidos<sup>101</sup>.

El carácter científico de la teoría de la comunicación alude a su propósito de aproximación a la verdad objetiva. Pero esta teoría puede tener propósitos distintos. Un enfoque que incorpore la dimensión ética, afirmamos, será más eficiente en proveer a la sociedad de un conocimiento más útil, que le permita una comunicación más acorde con sus expectativas y con sus más elevados valores.

#### II. 3.2.2. Implicaciones éticas en los paradigmas teóricos de la comunicación

Niceto Blázquez se ha pronunciado de un modo muy explícito respecto de la necesidad de relacionar la ética con la estructura de la teoría de la información. Para ello ha argumentado inductivamente, desde las quejas crecientes del público ante las

---

<sup>101</sup>.- SERRANO, Manuel Martín (2007): “*La producción de Teoría de la Comunicación con procedimientos científicos*”. En *Razón y Palabra* N° 59, publicación electrónica del Proyecto Internet del ITESM, Campus Estado de México. Recuperado el 25 de agosto de 2008 en: <http://www.cem.itesm.mx/dacs/publicaciones/logos/anteriores/n59/especialserrano/mserrano.html>.

conductas de periodistas y medios de información, y deductivamente, desde la teoría general de los derechos humanos. Pero ha agregado otra razón, a nuestro juicio aún más relevante:

«Está además —dice— la gran cuestión de los efectos psicosociales de la comunicación masiva y las reacciones del público con actitudes y formas de conducta generadas por los medios de comunicación social. Todo lo social es humano y, en consecuencia, susceptible de trato ético, legal y deontológico»<sup>102</sup>.

A fin de sustentar su punto de vista, Blázquez pasa revista luego a los principales paradigmas teóricos de la comunicación, deduciendo sus consecuencias e implicaciones éticas y procurando evidenciar su necesidad en razón de las funciones y contenidos específicos de la actividad informativa. En efecto, el autor se ocupa de los modelos de Lasswell, de Shannon y Weaver, de Jakobson, del paradigma cibernético, del sociológico funcionalista, de la influencia personal, entre otros, para destacar en cada uno de ellos el rol implícito que juega la ética, para su mejor estudio y comprensión. Así, la conocida fórmula de Lasswell: quién dice qué, mediante qué canal, a quién y con qué efecto, reproduce elementos estructurales como comunicador, mensaje, medio, receptor y efectos. En ellos destaca Blázquez a la persona humana como el elemento esencial de esa secuencia, cuya conducta como emisor y receptor puede ser valorada desde la ética. De igual forma el análisis de contenido, propio de la fórmula lasswelliana, introduce en el campo de su verdad o falsedad, de su objetividad o subjetividad, conceptos estos esencialmente éticos.

Asimismo, Blázquez se ha referido al modelo de Shannon y Weaver (Fuente, transmisor, ruido o señal, receptor y destino). Aunque estos autores matematizan el proceso de la comunicación<sup>103</sup>, la idea que subyace en él sobre la pérdida de contenido de los mensajes durante su transmisión conduce, inevitablemente, a la consideración de problemas éticos. La teoría de Roman Jakobson, a su vez, señala cuatro niveles para el acto comunicativo: el social y humano (emisor y receptor), el extracomunicativo (el referente o mensaje), el tecnológico (el canal) y el lingüístico (los signos usados). La

---

<sup>102</sup>.- BLÁZQUEZ, Niceto (2002): *La nueva ética en los medios de comunicación*. Madrid, BAC, p. 425.

<sup>103</sup>.- Esto ha ocurrido ya con la economía, ciencia social cuyo origen está, como se sabe, en las reflexiones del moralista Adam Smith.



ética, a juicio de Blázquez, emerge ya en el primer nivel, dado que toda acción social y humana es susceptible de ser valorada éticamente, de igual forma está presente en el análisis del referente, es decir de los contenidos.

También el paradigma cibernético, sustentado en la eficacia de la transmisión y la fidelidad matemática del mensaje no sólo no excluye las consideraciones éticas, sino que las suscita, pues la eficacia no está reñida con la honestidad. La propia exigencia de fidelidad en las señales es más que una demanda tecnológica un imperativo ético. El paradigma funcionalista es también analizado por nuestro autor. Dado que desde esta perspectiva la comunicación ha de cumplir ciertas funciones determinadas en la sociedad: informativa, de interpretación, de transmisión y de distracción, es posible concluir que las cuatro funciones conllevan desafíos éticos evidentes.

Es cierto que a la teoría científica de la comunicación, que se pronuncia sobre hechos verificables, no le corresponde la emisión de juicios morales sobre las conductas de las personas y los mensajes que emiten en el proceso de la comunicación, pero es que la ética tampoco se propone hacer juicios morales, sino establecer cuáles son los juicios morales que predominan en ese quehacer y cuáles alcanzan legitimidad en el contexto social en el que se aplican. La exclusión de la ética de una buena teoría de la comunicación, puede guardar relación con la confusión de los conceptos de ética y moral, sobre los que nos pronunciamos en el siguiente capítulo.

### II. 3.2.3. La ética como requisito de integralidad

No por casualidad cuando se imparte formación en cualquier disciplina científica se requiere, además de un conocimiento teórico y práctico, uno de carácter ético. Ello avala una formación integral. Ya McLuhan lo había advertido: detrás de los medios de comunicación social se encuentra toda una realidad no solo técnica, sino también social y ética<sup>104</sup>. En opinión de Alejandro Llano la ética sin la técnica es vacía, pero la técnica sin la ética es ciega<sup>105</sup>.

---

<sup>104</sup>.- Cfr. MCLUHAN, Marshall (1968): *op.cit.*, p. 23.

<sup>105</sup>.- Cfr. LLANO, Alejandro (1980): “*Notas sobre las relaciones entre ética y política*”. En AA.VV.: *Ética y teología ante la crisis contemporánea*. Pamplona, EUNSA, pp. 429-438. Ver p. 431.

El uso de la razón en el hombre le permite trascender el instinto, para darle sentido e intención a sus actos. Estos pueden orientarse hacia el bien cuando la voluntad ha sido éticamente cultivada, o pueden también quedar sin rumbo cierto, sujetos a cualquier contingencia, cuando se realizan en un vacío de valores. Ello ocurre con la actuación del hombre de ciencia cuando adolece de esta carencia.

La interrelación entre lo teórico y lo ético no puede ser fácilmente obviada, especialmente, cuando se trata del estudio de las ciencias de la comunicación. Una comprensión cabal del fenómeno de la comunicación de masas sólo es posible en plenitud cuando se incorpora una visión ética, que hace de la comunicación un intercambio de mensajes afincados en la verdad.

#### II. 3.2.4. La ética como indicador de la autenticidad de la información

Brajnovic ha explicado cómo el ámbito científico de la información puede incluir el análisis de fenómenos jurídicos, sociológicos, psicológicos o económicos de la información, entre otros. No obstante, será necesario encontrar entre ellos un denominador común. Pero existe el riesgo de que perfilando sólo el contorno se oculte el núcleo de la disciplina. Ello exige considerar la información desde dentro y no solo desde sus aspectos exteriores. Se trata de establecer qué es información y qué no lo es. En tal sentido la ética resulta un elemento central de una buena teoría de la información. Brajnovic ha sido concluyente:

«La única ciencia que llega al centro de la información es la Deontología ya que, siempre y en todos los casos existe un informador y un destinatario del mensaje informativo. Entonces, decir, por ejemplo, que una “información” falsa o calumniosa es inmoral, es decir que aquel mensaje no es informativo. Y es así porque tal mensaje no se contrasta únicamente con la conciencia del informador sino también con el propio concepto de la Información, concepto que proporciona un juicio cierto y objetivo»<sup>106</sup>.

---

<sup>106</sup>.- BRAJNOVIC, Luka (1979): *op.cit*, p. 27.

El criterio de Brajnovic permite concebir a la ética como un elemento de verificación de la auténtica información. Ésta será tal sólo si corresponde a la verdad. La ética, de este modo, se constituye en un indicador de la autenticidad de la información y, por ende, confirma su condición de elemento constitutivo de las ciencias de la comunicación. No es posible hacer un estudio riguroso de la comunicación social prescindiendo del análisis de la autenticidad de la información. Si la información no es auténtica, deducimos por nuestra parte, estaremos entonces ante un fenómeno distinto, que no será ya de comunicación, sino de manipulación. Es decir, estaremos ante la negación de un limpio proceso de traslación de la información desde el emisor al receptor, para asistir a otro de manipulación, desinformación e incomunicación.

### II. 3.2.5. La relación indisoluble entre ética y periodismo

Si nos referimos específicamente a la actividad periodística, podremos ver aún con más claridad esta relación indisoluble entre la ética y la disciplina periodística. Habrá campos científicos y profesionales donde esa relación no sea tan estrecha<sup>107</sup>.

«En periodismo no sucede así —ha dicho Javier Darío Restrepo—. La técnica tiene que estar necesariamente atravesada por lo ético, y la ética impone el deber de una alta calidad técnica. Hay temas como el de las fuentes de información en que lo ético y lo técnico están tan estrechamente entreverados que los aspectos técnicos de selección y manejo de la fuentes necesariamente derivan hacia consideraciones éticas acerca de la responsabilidad sobre los contenidos, la independencia respecto de las fuentes o el compromiso con la verdad al seleccionar las fuentes o en el manejo de los materiales. A partir de su experiencia como reportero, Gabriel García Márquez afirmó que en periodismo la ética y la técnica son tan inseparables como el zumbido y el moscardón»<sup>108</sup>.

---

<sup>107</sup>.- Sin embargo las Ciencias Sociales dan cuenta de preocupaciones semejantes en diversas disciplinas. Una cierta pretensión cientificista habría orillado, por ejemplo, el interés de la Ciencia Política y de la Economía en la ética. Hans Küng se ha ocupado del tema, demandando un nuevo paradigma humano de política basado en la ética. Cfr. KÜNG, Hans (1999): *Una ética mundial para la economía y la política*. Madrid, Trotta, p. 72.

<sup>108</sup>.- RESTREPO, Javier Darío (2006): *40 Lecciones de Ética*. Caracas, Melvin, p. 52. El mismo Restrepo ha agregado que esta íntima relación sucede en el Periodismo porque se trata de una profesión esencialmente de servicio social. «La técnica periodística —ha dicho— es válida en cuanto sirve a la sociedad, que es su razón de ser. No se hace periodismo por el periodismo mismo, sino como un servicio a la sociedad, lo cual ya introduce unos elementos éticos —de

El mejor periodismo, ha concluido Restrepo, es el resultado de la estrecha ligazón entre lo técnico y lo ético. Y nosotros agregaríamos, en consonancia con esa afirmación, que la mejor ciencia de la comunicación es aquella que se vincula con la ética.

El jesuita norteamericano Robert White ha recordado lo siguiente:

«El reportero de un diario no está simplemente transportando información, sino detectando e interpretando el significado de una situación, definiendo qué es información en esta situación, resaltando ciertos símbolos representativos claves, y traduciendo esto en un patrón de comprensión... El profesional de la comunicación, en la tradición de la ciencia aplicada a las profesiones, no será simplemente un observador de la cultura, sino también un transformador de esa cultura...»<sup>109</sup>.

Ramos Fernández, siguiendo a Casasús, ha ido incluso más lejos, hasta afirmar que el periodismo es la ética de la comunicación. “Este atributo —dice— debería ser la señal distintiva del periodismo con respecto a otras manifestaciones de la actividad humana y profesional en los medios de comunicación”<sup>110</sup>.

Todas las reflexiones precedentes que hemos mostrado apuntan pues a la existencia de un nexo inquebrantable entre las ciencias de la comunicación y la ética. Sin embargo, se trata hasta aquí de expresiones un tanto aisladas, que aun siendo el resultado de atentos análisis, avalados por la autoridad de sus exponentes, no constituyen todavía un cuerpo orgánico de pensamiento. En las líneas siguientes, en cambio, referimos las propuestas de Jürgen Habermas y Karl Otto Apel, que vinculan ya de un modo sistemático la comunicación con la ética.

---

servicio, por ejemplo— a su ejercicio. En otras profesiones la calidad técnica se valida a sí misma y no requiere la legitimación de lo social».

<sup>109</sup>.- Cfr. WHITE, Robert (1988): “Factores sociales y políticos en el desarrollo de la ética de la comunicación”. En *Diálogos de la Comunicación* N° 22, p. 85.

<sup>110</sup>.- RAMOS FERNÁNDEZ, Luis Fernando (1996): *La ética de los periodistas. La elaboración del código deontológico, influencias y desarrollo histórico*. Pontevedra, Diputación de Pontevedra, p. 45.

### II. 3.3. La Teoría de la Acción Comunicativa y de la Ética Discursiva

La Teoría de la Acción Comunicativa tiene su origen en los años setenta del siglo anterior y ha ganado amplia aceptación en los ambientes filosóficos. Los postulados de Habermas y Apel han encontrado en el ámbito hispano a Adela Cortina, como una de sus más notables exponentes. Esta autora sostiene la necesidad de una ética de validez universal. “La tarea más urgente, encomendada actualmente al pensamiento humano y que debe ser emprendida ‘con pasión y estudio’, es la de fundamentar racionalmente la moralidad, estableciendo la base de una moral universal”<sup>111</sup>. Este interés prioritario estaría justificado por las consecuencias planetarias que puede tener el quehacer científico en nuestro tiempo, más aún una ciencia desprovista de valores, tal como sucede con aquella que se precia de su objetividad y neutralidad, pero incapaz de justificar sus fines últimos.

La ética comunicativa parte del análisis de las acciones comunicativas y afirma que la razón humana es “dialógica” y no “monológica”, pues sólo a través del diálogo y la argumentación que en él se produce, las personas pueden atisbar lo que es moralmente correcto. Ese diálogo argumentado es denominado discurso. El discurso argumentativo se constituye en medio indispensable para la fundamentación de las normas consensuales de la moral y el derecho<sup>112</sup>. Por ello también se le conoce como ética discursiva. Desde esta perspectiva se procura analizar cuáles son los elementos que hacen racional un discurso práctico. De esta forma trata de fundamentar el comportamiento moral, tarea central de la ética.

Habermas ha sostenido que las cuestiones práctico morales pueden decidirse mediante razones. Refuta en tal sentido, el escepticismo y el relativismo éticos, pues todo el que participe en la argumentación puede llegar en lo fundamental a los mismos juicios de validez universal. El autor se muestra contrario a todas las orientaciones axiológicas concretas, al considerarlas no susceptibles de ser universalizadas. Así la ética discursiva delimita el ámbito de lo moralmente válido frente a las valoraciones de

---

<sup>111</sup>.- CORTINA, Adela (2000): *Ética Mínima*, Madrid, Tecnos, sexta edición, pp. 74-75.

<sup>112</sup>.- Cfr. APEL, Karl Otto (1998): *Teoría de la verdad y ética del discurso*. Barcelona-Buenos Aires-México, Paidós, segunda reimpresión, pp. 148 y siguientes.

tipo cultural. Lo ético, desde esta perspectiva, puede decidirse argumentalmente y constituirse en una convicción conjunta, sobre la que se establece el consenso<sup>113</sup>.

Habermas se ha remitido al psicólogo norteamericano Lawrence Kohlberg (1927-1987) y sus conocidos postulados sobre el desarrollo de la conciencia moral, según los cuales toda norma válida encontraría la aprobación de todos los afectados, siempre que estos puedan tomar parte en el discurso<sup>114</sup>. La cuestión fundamental es garantizar la participación en el discurso. Ha de presuponerse siempre en él la reciprocidad y el mutuo reconocimiento entre los actores, cuestión sobre la cual giran todas las ideas morales. Así, la ética discursiva no proporciona directrices de contenido, sino de procedimientos, que garantizan la imparcialidad en la formación del juicio y que son, a la vez, un mecanismo de comprobación de la validez de los postulados resultantes<sup>115</sup>.

---

<sup>113</sup>.- Cfr. HABERMAS, Jürgen (2000): *Conciencia moral y acción comunicativa*. Barcelona, Península, sexta edición, pp. 141 y siguientes.

<sup>114</sup>.- Kohlberg distingue seis etapas consecutivas e irreversibles en la formación del juicio moral. Las primeras dos son la etapa del castigo y la obediencia, donde se acepta las afirmaciones de la autoridad y se procura evitar el castigo, y la etapa del propósito e intercambio individuales, donde lo justo es satisfacer las necesidades e intereses propios. Estas etapas son parte de lo que el autor denomina el orden preconventional. Las siguientes dos etapas son las de relaciones interpersonales mutuas, en la cual lo justo es preocuparse de los demás, y la del sistema social y mantenimiento de la conciencia, en la que lo justo es cumplir los deberes que corresponden en la sociedad. Estas etapas se producen en el orden llamado convencional. El último orden, el posconvencional, tiene otras dos etapas, la del contrato social o la utilidad, donde lo justo es respetar los pactos que cautelan los derechos propios y los de los demás, en un punto de equilibrio entre diversidad de intereses, y la etapa de principios éticos universales, donde toda persona racional puede descubrir su validez y comprometerse con ellos. Cfr. KOHLBERG, Lawrence (1992): *Psicología del desarrollo moral*. Bilbao, Desclée de Brouwer. Bertrand Russell, por su parte, al analizar los orígenes de las creencias éticas, ha descrito un itinerario parecido al de Kohlberg. Ha dicho que en las comunidades primitivas hubo una preponderancia de las creencias meramente supersticiosas, fundadas en tabúes. A medida que los hombres fueron más civilizados, dejaron de estar satisfechos con esos tabúes y los sustituyeron por mandatos y prohibiciones divinas. De esta forma, la esencia de la moralidad empezó a ser la obediencia. El protestantismo rompió con esta postura al sostener que Dios instruye la conciencia de los hombres y al negar la necesidad de una autoridad ética externa al individuo. Pese a su influencia en el mundo moderno y en los ideales libertarios, los efectos de esta corriente habrían sido desastrosos, pues la fuerza anárquica que representa la conciencia habría impedido la existencia de bases morales firmes, para la cohesión social. Una etapa siguiente, en esta evolución, es la que el autor denomina de compromiso social, que surge de la necesidad práctica de tener una vida tranquila, lo cual predispone a los individuos a sacrificar ciertas expectativas en beneficio de los demás, a condición de que estos hagan lo mismo respecto de los propios intereses. Cfr. RUSSELL, Bertrand (1984): *op. cit.*, pp. 25 a 37.

<sup>115</sup>.- HABERMAS, Jürgen (2000): *op. cit.*, p. 143.

La ética discursiva afirma que todas las personas realizan acciones comunicativas, en las que hablante y oyente tratan de entenderse para alcanzar sus propios fines. Para ello defienden sus posiciones mediante el diálogo. Pero las acciones comunicativas deben ser racionales, poseedoras de sentido. Al respecto plantea cuatro pretensiones de validez del habla: inteligibilidad, veracidad, verdad y corrección. Ese tipo de argumentación recibe el nombre de “discurso”.

La denominada ética discursiva procura establecer pues cuáles son las condiciones necesarias para que el discurso sea racional, señalando algunas reglas a las que los interlocutores deben atenerse: la argumentación debe observar cierta lógica y coherencia; la argumentación será un procedimiento para la búsqueda cooperativa de la corrección, y no para persuadir a otros de posiciones irreductibles; los interlocutores deben lograr acuerdos basados en el mejor argumento y, para ello, deben participar todos aquellos cuyos intereses resulten afectados.

Esta ética dialógica podría ser acusada de relativista, pues pendería de la capacidad argumental de los interlocutores y de sus habilidades persuasivas para alcanzar el consenso. ¿Es la democracia —cuando menos idealmente considerada— el modelo que garantiza las condiciones del discurso racional? Si así fuera, ¿es la regla de la mayoría la que dicta principios de validez universal? Cortina ha advertido que la identificación entre “procedimiento democrático” y “regla de mayorías” induce a pensar erróneamente “que tal voluntad debe *querer moralmente* lo que *se consensúe por mayoría*”<sup>116</sup>. La autora considera que entender de ese modo la ética discursiva es malentenderla, aunque admite que sus fundadores no se han esforzado de modo suficiente para deshacer tal malentendido. Adela Cortina se ha mostrado inquieta también ante una ética que, en el nivel filosófico, sólo se interese por el principio racional, con riesgo de que tal “abstraccionismo extremo” degenera en una ética sin valores, al modo de los científicos más radicales que propugnaron una ciencia neutra, al margen de los valores. La autora señala la paradoja de que sea ahora la ética filosófica la que se desprenda de estos, para mostrarse como saber aséptico, ajeno a toda valoración. En tal sentido ha discrepado con Habermas y Apel, para quienes las virtudes no son tema de la ética de la razón.

---

<sup>116</sup>.- CORTINA, Adela (1995): *Ética sin Moral*. Madrid, Tecnos, tercera edición, p. 206.

Los mentores de la ética discursiva afirman que las normas alcanzadas bajo los criterios ya expuestos serán válidas siempre que todos los afectados acepten con libertad sus efectos. A esto último se le ha llamado principio de universalización dialógica. Para que la norma sea correcta deben haber participado en el diálogo todos los afectados, en condiciones de simetría, y todos deberán aceptarla porque satisface sus intereses. De esta forma, la corrección moral de una norma no resulta de un pacto de intereses individuales o grupales, sino de un acuerdo unánime, que busca satisfacer intereses universalizables. Desde esta perspectiva se distingue “diálogo” de “negociación” y “acuerdo” de “pacto”. Las negociaciones y los pactos son estratégicos, a diferencia de los diálogos y acuerdos, propios de una racionalidad comunicativa<sup>117</sup>.

Se presupone “que todos los participantes en el discurso están interesados, en principio, en la solución de todas las cuestiones imaginables sobre la validez y no pretenden instrumentalizar el discurso con los otros para su propios fines”<sup>118</sup>. En este marco, quien sostiene un diálogo acepta a su interlocutor como alguien con quien puede entenderse para buscar satisfacer intereses universalizables. No trata de instrumentalizarlo para sus fines, convencido de que el otro nada puede aportar. Está dispuesto a escuchar los argumentos del interlocutor y a atenerse a ellos si son superiores a los suyos. En suma, está preocupado por encontrar una solución correcta, que no implica necesariamente un acuerdo total, pero sí la aceptación de los elementos que ya se tiene en común.

---

<sup>117</sup>.- Abundando sobre el particular Apel ha dicho lo siguiente: «De hecho, no se debe reivindicar sencillamente todas las conversaciones y conferencias en las que se aspira hoy en día a convenios normativamente vinculantes como *discursos prácticos* en el sentido que he indicado. La mayoría de ellas tienen, más o menos, el carácter de *negociaciones* en las que no se discute tanto la *capacidad de consensuar las soluciones a los problemas por parte de todos los afectados* como, más bien, la *capacidad de consenso por parte de los participantes en la negociación*, y esto, no según argumentos válidos, sino apoyándose en *propuestas ventajosas y amenazas de perjuicios*, como es característico en un discurso de negociación. Si se admite también que la mayoría de las negociaciones —no todas— son mejores que la violencia declarada, tendremos que hacer constar que el consenso a costa de terceros o el consenso por chantaje no son resultados éticamente deseables de los discursos prácticos». APEL, Karl Otto (1998): *op. cit.*, pp. 150-151. Los textos en cursiva y entre guiones son reproducción fiel del original citado.

<sup>118</sup>.- *Ibidem*, p. 155. El texto en cursiva repite el original citado.



Jürgen Habermas y Karl Otto Apel proponen así un paradigma “comunicacional”, en sustitución del paradigma “productivista” que habría dominado nuestro tiempo, desde la llegada de la modernidad. La razón comunicativa se yergue entonces como una nueva etapa en la teoría social, que supera la razón instrumental weberiana, que se articula de medios a fines y que da fundamento a la racionalidad que subyace en el conjunto de instituciones sociales y jurídicas modernas<sup>119</sup>. El nuevo paradigma sostiene que todas las expresiones del lenguaje llevan implícitas funciones de validez, esto es que todo aquello que comunicamos tendrá validez cuando el oyente con quien se interactúa descubre las razones del hablante y las acepta. Es el discurso argumentativo el que produce así el consenso. Esto es posible como un proceso de interpretación donde el lenguaje ocupa un lugar central y donde la racionalidad está determinada por la capacidad de entendimiento entre sujetos mediante el habla. Más allá de la transmisión de información, se trata de acciones para comunicarse y entenderse, para establecer relaciones de un modo cooperativo, buscando la comprensión mutua entre actores sociales, con el propósito de alcanzar el consenso<sup>120</sup>.

Consenso, debemos entender, no es igual a transacción, que implica la negociación de intereses particulares hasta el punto del mutuo beneficio. El consenso, en la perspectiva de Habermas, apunta, como ha sido dicho, al consentimiento de todos en virtud del diálogo argumentado y al sometimiento a la razón, con prescindencia incluso de los intereses individuales. Ello implica una postura ética inherente a toda acción comunicativa, sin la cual ésta no puede producirse. Ésta es la vocación de ceder. En esta lógica, como señala Arista, “ninguna felicidad individual es plena si no está inserta en una felicidad colectiva. Y ninguna felicidad colectiva es posible sin un entorno consensual”<sup>121</sup>. El interés superior del conjunto puede explicar la cesión de las propias posiciones y, al mismo tiempo, la convicción de que con ello los propios intereses están bien resguardados.

---

<sup>119</sup>.- Cfr. ALBIZU, Edgardo (1988): “La teoría del actuar comunicativo de Jürgen Habermas”. En *Diálogos de la Comunicación* N° 20. Recuperado el 5 de septiembre de 2007 en: [http://www.dialogosfelafacs.net/77/dialogos\\_epoca-20.php](http://www.dialogosfelafacs.net/77/dialogos_epoca-20.php).

<sup>120</sup>.- Cfr. ARISTA MONTROYA, Luis (2003): *Bases teóricas para el consenso. Diálogo con el filósofo Jürgen Habermas*. Lima, Quipu, p. 9.

<sup>121</sup>.- *Ibidem*, p. 10.

Arista, sin embargo, ha estimado que una de las grietas en el planteamiento habermasiano es la contradicción entre su teoría de la creación de un espacio público de comunicación, para la generación de consensos, y su reproche a la comunicación de masas como factor de envilecimiento de todo discurso. La lectura de Habermas, hecha por Albizu, tiene en cambio algunos matices. El filósofo alemán tendría un juicio ambivalente sobre los medios, pues encuentra en ellos un potencial autoritario, pero al mismo tiempo también emancipatorio y de protesta<sup>122</sup>.

En cualquier caso no es posible dudar que los medios de comunicación están llamados a constituir ese espacio público y a servir de canales que posibiliten el diálogo en la sociedad y, con ello, la llegada al ansiado consenso. “Quizá la función social preponderante de las ciencias de la comunicación —agrega Arista—, y, por ende, del periodista, del filósofo, sea contribuir críticamente al encuentro de los canales adecuados para el consenso”<sup>123</sup>.

Habermas intenta, mediante su propuesta, el rescate de las promesas de la modernidad. Rompe así con el pesimismo y la actitud desencantada de sus maestros de la Escuela de Frankfurt, de la que él es el último sobreviviente, ante la posibilidad de liberación que ofrece la razón. La acción comunicativa y la ética del discurso ofrecen una oportunidad de superación de la dominación y de logro del ansiado consenso.

Habermas afirma una teoría de la verdad basada en el respeto a la racionalidad de los actores de la comunicación, en la cual todos los interlocutores tienen, idealmente, igual poder<sup>124</sup>. Este criterio de verdad se verifica en el consenso de todos. Es decir que la conformidad de todos o lo que es igual, el más amplio consenso, podría ser suficiente para concluir que una afirmación es verdadera, a condición de que todos los involucrados hayan podido participar en igualdad de condiciones del proceso de argumentar en un discurso, lo cual presupone una situación ideal de absoluta igualdad de derechos y deberes.

---

<sup>122</sup>.- Cfr. ALBIZU, Edgardo (1988): *op. cit.*

<sup>123</sup>.- ARISTA MONTTOYA, Luis (2003): *op. cit.*, p. 10.

<sup>124</sup>.- Cfr. FERNÁNDEZ, Sergio Pablo (1997): “Habermas y la teoría crítica de la sociedad. Legado y diferencias en Teoría de la Comunicación”. En *Cinta de Moebio* N° 1. Revista Electrónica de Epistemología de Ciencias Sociales. Santiago, Universidad de Chile. Recuperado el 16 de julio de 2008 en: [http://www.infoamerica.org/documentos\\_pdf/habermas01.pdf](http://www.infoamerica.org/documentos_pdf/habermas01.pdf).

Por cierto que es discutible que el sólo acuerdo de las partes sea suficiente para declarar que una afirmación sea verdadera, como también puede resultar ilusoria la aspiración de una plena igualdad que permita intervenir a todos en perfecta simetría en la gestación del consenso. No obstante, a nuestro juicio, los planteamientos de la ética dialógica revelan una aspiración humana muy sentida, a la equidad en la interacción entre las personas y a la superación del disenso para alcanzar el bien común universal. Ambos criterios constituyen un aporte singular en el devenir teórico de las ciencias de la comunicación. Éstas no pueden limitarse más a la mera constatación de regularidades en el proceso de la comunicación, sino que aportan, además, una rica interpretación del sentido de esas comprobaciones. La comunicación no es un proceso mecánico de transmisión de señales carente de sentido. Es una interacción humana que reviste objetivos definidos y que requiere de ciertas condiciones. Tanto las condiciones a las que se ha aludido, como la ética del discurso y los fines que refieren al consenso, constituyen parámetros éticos mediante los cuales se verifica la autenticidad de la comunicación. En este orden de ideas podríamos afirmar que, para que exista auténtica comunicación, será necesaria una equidad en la interacción y una voluntad de llegar a consensos, que expresen la verdad ante cualquier posición en discordia.

#### II.4. Conclusión.

Luego de analizar los distintos enfoques teóricos sobre la comunicación, debemos admitir que no han incorporado todavía, de modo suficiente, una perspectiva ética que explique los usos e intencionalidad de los medios. Es posible suponer que ello obedece al propósito de objetividad de los investigadores, que en muchos casos se han querido mantener asépticos ante los valores, limitándose a describir los hechos y explicar sus causas. Ello ocurre tanto en el enfoque positivista, como en el crítico.

También coinciden los dos enfoques en su reconocimiento del poder de los medios. Los primeros se esmeran en comprender los alcances de ese poder, mientras los segundos en cuestionarlo. Pero en ambas perspectivas hay un explícito reconocimiento de la capacidad de los medios de influir en las personas y en la vida social. Los aportes latinoamericanos a la teoría de la comunicación han estado lejos también de centrarse en la ética periodística, pero han incidido en los valores de los públicos, la

democratización de las comunicaciones y en la creación de espacios alternativos a los grandes medios, todo lo cual responde a un juicio ético sobre estos.

La demostración más consistente del nexo entre la ética y la comunicación, no proviene tanto desde la teoría de la comunicación, como desde la filosofía. En ese campo del conocimiento surge la Teoría de la Acción Comunicativa que, como ha sido visto, asigna un papel central a la ética y la convierte en condición de la auténtica comunicación. No es este el espacio para demostrar el lugar de la ética en la teoría de la comunicación. Nuestra pretensión en este punto es más bien la de afirmar la existencia de un nexo entre ambas. Para ello nos hemos empeñado en destacar la relación de los diversos paradigmas de la teoría de la comunicación con la cuestión ética, así como la teoría surgida desde la filosofía, sobre la acción comunicativa, pues creemos que es sobre un estudio simultáneo de ambas perspectivas que es posible confirmar la existencia de ese nexo.

Así podemos justificar la importancia de la ética en los estudios sobre la comunicación. Aquella no puede ser percibida como una cuestión contingente, tangencial al fenómeno de las comunicaciones, reducida finalmente a mero moralismo, desnaturalizando su objeto y limitando su estudio a una condición inferior en el vasto campo de la comunicación social. Inversamente, nosotros creemos que los aspectos éticos presentes en todos los modelos de comunicación merecen un estudio exhaustivo, pues el conocimiento científico de los modos y formas en que operan, favorecerá un uso más acorde de los medios con las expectativas que la sociedad y sus usuarios se forman de ellos.

Más allá de la defensa del estatuto epistemológico de la ética y del lugar que le cabe en el conjunto de las ciencias, y en su aplicación a las ciencias de la comunicación, nos importa resaltar los fundamentos de la relevancia científica y social del estudio de la ética periodística y de los mecanismos de autocontrol de la prensa. En tal sentido, en virtud de lo hasta aquí expuesto, creemos que es posible afirmar que estos sólo tienen razón de ser por la capacidad de los medios de incidir en los comportamientos individuales y sociales de las personas. Si esta influencia fuera deleznable, la ética periodística y su correlato en el autocontrol no tendrían interés desde el punto de vista científico, ni tampoco desde el ángulo de su relevancia social.

La ética periodística puede ser vista, a nuestro juicio, como el reverso ineludible de la teoría de la comunicación. Si esta afirma, aunque con matices diversos, la incidencia de los medios en las conductas de las personas, ello impone como lógica consecuencia una responsabilidad ética por parte de sus operadores.

La responsabilidad alude a la deuda u obligación que asume quien está investido de un cierto poder o autoridad. El término deriva etimológicamente de *responsum*, forma latina del verbo responder. La responsabilidad pues implica la idea de la respuesta, y con ella la expectativa que genera la actuación de quien está llamado a responder en determinada circunstancia. En la gestión periodística de los medios de comunicación los obligados a responder son sus propietarios y periodistas. Ellos tienen una responsabilidad moral en cuanto han de responder a su propia conciencia sobre el uso que hacen del poder que les ha sido conferido. Existe también una responsabilidad jurídica, determinada por el ordenamiento legal en el que actúan tales medios. Pero hay también una responsabilidad ética, que demanda una actuación conforme a la razón, a la naturaleza de las circunstancias en las que se debe obrar y a los valores universales predominantes.

La ausencia de responsabilidad ética ha sido nefasta para la prensa y los públicos en todo tiempo y lugar. Los medios y la actividad periodística, librados a la exclusiva voluntad de sus operadores, conllevan el riesgo de un poder omnímodo, sin compromisos con la sociedad a cuyo servicio se deben. Incluso, la sola responsabilidad moral puede resultar insuficiente. Existen numerosos referentes en el mundo de intolerancia y dominación desde los medios, basados en moralidades dogmáticas y fundamentalistas. Tampoco la responsabilidad legal puede considerarse un contrapeso definitivo ante el poder de los medios. Otras tantas veces han sido los propios estados los que, mediante un ordenamiento legal, han regimentado a los medios de comunicación y los han puesto al servicio de intereses subalternos.

En el capítulo siguiente abundaremos sobre esta distinción, entre la ética y la moral y el derecho. Bástenos, hasta aquí, concluir que la ética periodística y su concreción en mecanismos de autocontrol encuentran su fundamento último, su razón de existir, en la reiterada comprobación teórica sobre el poder de los medios de comunicación en la actuación de los individuos, lo cual exige como contraparte el

ejercicio de la responsabilidad ética de sus operadores. Todo poder ejercido por las personas trae consigo una responsabilidad. Ello distingue el poder ejercido por el hombre de las fuerzas de la naturaleza o del puro instinto animal. La legitimidad del poder reconocido al hombre radica en su ejercicio responsable. Así, desde un punto de vista teórico, todo reconocimiento del poder y capacidad de influencia de los medios de comunicación, debe traer consigo también la aceptación de la necesidad de la responsabilidad ética en su ejercicio.

Llevados estos presupuestos, que nos resultan lógicos, al terreno de las realidades concretas, nos parece percibir con nitidez la conveniencia de estudiar la ética periodística en el Perú y, más específicamente, sus mecanismos de autocontrol. Como veremos en el Capítulo V de esta tesis, los medios han jugado un rol preponderante en la vida política y social del Perú, casi desde los primeros impresos conocidos en sus tierras. Su actuación, sin embargo, no siempre estuvo moderada por principios éticos y menos aun por instrumentos de autocontrol. Esta falencia ha sido causa por décadas del descrédito de la prensa peruana, que no ha cumplido un papel destacado en el logro de una convivencia social más armónica entre los peruanos.

Establecido el carácter multidisciplinar del estudio de la comunicación social; reconocida la relación entre ética y ciencias de la comunicación, que surge del análisis de los principales paradigmas de esta última; admitido el estatuto epistemológico de la ética; establecidos los aportes de varios autores sobre los nexos entre teoría de la comunicación y ética; y evidenciada la esencialidad de la ética en la acción comunicativa de Habermas y Apel, es posible concluir, cuando menos, en la legitimidad del estudio de la comunicación social en clave ética, como un aporte al acervo propio de la teoría de la comunicación. No por casualidad el programa de doctorado en el que se sustenta esta tesis lleva por nombre *“Planteamientos teóricos, estructurales y éticos de la comunicación”*, mostrando así un vínculo que ha recibido, incluso, la aprobación implícita de la Agencia Nacional de la Evaluación y la Calidad de la Acreditación (ANECA), cuando le ha otorgado su preciada *“Mención de Calidad”*.



### **Capítulo III. La ética y su aplicación en el periodismo**





### III.1. Introducción

Hemos intentado mostrar la relación existente entre la ética y el amplio campo de la teoría de la comunicación. Debemos ahora esclarecer algunos conceptos fundamentales en torno de la ética, que nos permitan llegar a los mecanismos mediante los cuales sus preceptos pueden hacerse vigentes. Para ello distinguimos entre ética y moral y establecemos los nexos entre ética y derecho. Luego nos ocupamos, de un modo más específico, de la ética profesional y, particularmente, de la ética periodística. Más adelante mostramos cómo la deontología expresa los contenidos de la ética periodística.

El aporte de este capítulo a la solución de nuestro problema de investigación radica en la precisión conceptual que nos pueden ofrecer los autores sobre la ética y su relación con otras disciplinas conexas, así como la descripción de sus contenidos más específicos, propuestos en la deontología periodística. Nuestro análisis de campo requiere nitidez sobre estos contenidos, para saber distinguirlos en los diferentes mecanismos e instrumentos que habremos de evaluar, relativos al Perú.

### III.2. Relaciones de la ética con la moral y el derecho

#### III.2.1. Ética y moral

En esta sección presentamos algunos breves antecedentes de la relación entre ética y moral, la etimología de ambos términos, algunos conceptos sobre los mismos y las semejanzas y diferencias más saltantes que de ellos se derivan. De este modo es posible esclarecer los términos bajo estudio y clarificar el sentido en que se usan.

##### III.2.1.1. Antecedentes

Tanto la voz griega ética como la voz latina moral se identifican con la costumbre, como veremos luego al analizar la etimología y las definiciones de cada uno de estos términos. En los pueblos primitivos las costumbres tenían una influencia decisiva en las conductas de las personas, siendo su fuente esencial. Así, en el ambiente cultural griego no había entonces distinción entre ética y derecho. En Roma, en cambio,

el vasto desarrollo de su ordenamiento jurídico podría sugerir una diferenciación mayor entre ambas nociones. Esta identificación entre la ética y la moral con las costumbres y la regulación de las conductas ha traspasado las barreras del tiempo. En nuestra época la costumbre sigue siendo una de las fuentes del derecho y, ante el vacío de las leyes, los jueces suelen invocar el llamado derecho consuetudinario, es decir el derecho de la costumbre.

Por mucho tiempo se ha asumido que ética y moral son nociones equivalentes, correspondiendo su uso a los diferentes horizontes culturales donde surgen los términos: ética en el ámbito helénico y moral en el latino. Como veremos luego, el interés por la ética y su estudio exhaustivo provienen de tiempos remotos. Ya Aristóteles se ocupó extensamente del tema. La moral, por el contrario, como concepto, no parece haber sido objeto de un tratamiento sistemático en la Roma antigua. No obstante, con el advenimiento del cristianismo, en la Patrística —los escritos de los padres de la Iglesia—, se van delineando los elementos propios de la moral cristiana, que están en la base del pensamiento de la cultura occidental. Sin embargo, no fue entonces tampoco la moral objeto de una preocupación de tipo teórico.

Hasta hace algunos años la distinción entre ética y moral no significó una inquietud relevante para los autores. En la elaboración filosófica contemporánea sí ocupa ya un interés significativo y constituye “una de las polémicas más vivas que hoy se viene librando en el ámbito de la filosofía ético política”<sup>125</sup>. La complejidad de la materia se evidencia en los diversos puntos de vista expuestos por numerosos autores.

### III.2.1.2. Etimología

González Bedoya se ha referido al origen etimológico de la palabra ética. Desde esta perspectiva es posible una primera aproximación a sus contenidos y alcances:

«El término “ética” —ha dicho— nos remite a dos vocablos griegos de sonido idéntico pero de significado muy distinto: “êthos” (con eta o e larga) y “êthos” (con épsilon o e breve). “Êthos”, a su vez, tiene tres sentidos: un sentido

---

<sup>125</sup>.- CORTINA, Adela (1997): *Ética Aplicada y Democracia Radical*. Madrid, Tecnos, p. 43.

prearistotélico que ha sido puesto de moda por la ética ontológica de Heidegger y que viene a significar residencia, morada, lugar donde se habita, país; un sentido aristotélico en el que viene a significar raíz profunda de la que brotan todos los actos humanos singulares, fuente de vida activa; de éste al sentido subiriano de “êthos” como carácter, forma de vida libremente apropiada, personalidad coral, no hay más que un paso»<sup>126</sup>.

El término *ethos*, con épsilon, significa *costumbre*. Un segundo término griego del que deriva la ética es *êthos*, con *eta* o “e” larga, que significa *residencia, morada o domicilio*, aludiendo así a algo propio e íntimo.

«Aristóteles definió el *ethos* como una credibilidad personal o como una prueba ética. También entendió el *ethos* con el significado etimológico de la *ê* larga que significa carácter, hábito, algo interior, algo innato, que llevamos dentro de nosotros mismos y que imprime carácter. *Ethos*, para Aristóteles, era algo personal, el carácter, que es una parte integral del acto persuasivo que expresamos con palabras»<sup>127</sup>.

Barroso concluye luego que para Aristóteles el concepto de ética se cifra en tres componentes: inteligencia, carácter y buena voluntad.

Por su parte, María Teresa Herrán y Javier Darío Restrepo se han referido también al origen etimológico de los términos que nos ocupan:

«En su origen etimológico, las dos voces tienen el mismo sentido. *Moral* proviene de la palabra latina “*mos*”, que significa *costumbre*; la palabra *ética* viene de la expresión griega “*ethos*”, que también equivale a *costumbre*»<sup>128</sup>.

---

<sup>126</sup>.- GONZÁLEZ BEDOYA, Jesús (1987): *Curso de Ética*. Barcelona, Mitre, p. 11.

<sup>127</sup>.- BARROSO ASENJO, Porfirio (1999): “*Retórica y Ética*”. En *Cuadernos de Información y Comunicación* Nº 4, Servicio de Publicaciones de la Universidad Complutense de Madrid, p. 90.

<sup>128</sup>.- HERRÁN, María Teresa y RESTREPO, Javier Darío (1991): *Ética para periodistas*. Valencia, Tercer Mundo Editores, p. 22.

En efecto, el origen etimológico de moral, proviene de las palabras latinas *mos* y *moris*, cuyo significado es también costumbre, modo de ser, carácter. Como puede observarse, desde un punto de vista etimológico no existen diferencias entre ética y moral. En ambos casos los términos nos remiten a la idea de costumbre. La costumbre, sin embargo, no debe confundirse con la moda, pues mientras la segunda es transitoria, la primera es permanente y refleja lo esencial del hombre<sup>129</sup>.

Pero más allá de las coincidencias etimológicas, éstas no alcanzan para explicar de modo suficiente las connotaciones de los términos ética y moral, que van cobrando en sus distintas aplicaciones, tanto desde el punto de vista espacial como temporal.

### III.2.1.3. Definiciones de ética

La cuestión fundamental de la ética, según decía George Edward More (1873-1958), en su *Principia Ethica*, en 1903, era responder a la pregunta ¿qué es bueno o constituye un fin en sí mismo? A su juicio el placer constituía el único componente con algún valor en sí mismo, pero más valiosos aún eran ciertos estados de la conciencia que, de un modo aproximado, “pueden describirse como los placeres del trato humano y el goce de los objetos bellos”<sup>130</sup>. Así, el concepto de lo bueno alude a una cualidad indefinible, que no responde a la experiencia objetiva sino a la intuición moral. No obstante, la bondad resulta evidente en experiencias como la amistad y el placer estético. El principio de lo ético podrá hallarse, por tanto, en todo aquello que posea bondad.

González Bedoya se ha referido a un triple condicionamiento y ha intentado una definición:

---

<sup>129</sup>.- Cfr. RESTREPO, Javier Darío (2006): *op. cit.*, p. 28.

<sup>130</sup>.- MOORE, George Edward (2002): *Principia Ethica*. Barcelona, Crítica, p. 216. More reflexiona también sobre el dolor y el placer, y la necesidad de ambos. “Habrá cosas admirables —dice— que dejarán de serlo cuando falte una cognición del mal”. Si no se posee una idea del mal, por contraposición no podrá valorarse el bien. En consecuencia con ese punto de vista, el autor propone, para analizar el valor o demérito, la presencia de bienes puros, de males y de bienes mixtos. Concluye que los bienes puros “consisten en el amor hacia las cosas bellas o las personas buenas”. Los grandes males, a su vez, en el amor hacia lo malo o lo feo, en el odio hacia lo bueno y lo bello, o en la conciencia del dolor. Los bienes mixtos, finalmente, son los que incluyen un elemento malo o feo de dolor contrarrestando así el valor positivo que pudieran poseer. Cfr. *Ibidem*, pp. 211 a 251.

«El objeto material de la ética es la vida toda en cuanto “êthos” (forma de ser) que uno se va haciendo y apropiando. Nuestra vida forma un todo, de manera que cada acto repercute sobre los demás, y a medida que vamos realizando posibilidades, nos vamos también cerrando el camino a otras muchas posibilidades. Mi yo libre resulta triplemente condicionado: biológica o entitativamente (talante y sentimientos), operativa o habitualmente (carácter y hábitos) y situacionalmente (situación y posibilidades). [...] Dado este triple condicionamiento en que se encuentra atrapada la vida humana, la mejor definición del objeto de la Ética sería ésta: “el sentido de la vida”, o dicho en forma de paráfrasis: cómo llegar a ser lo que se puede y se debe ser por medio de lo que entitativa, operativa y situacionalmente se es»<sup>131</sup>.

Francisco Vázquez se ha ocupado de la ética de Aristóteles, para hacer una aproximación al concepto de ética.

«Una vez analizados los caracteres de lo ético en Aristóteles, podemos construir su definición de ética, en términos aproximados: es un conocimiento organizado y científico —en el sentido de que investiga y descubre con método propio el principio del obrar humano— acerca del fin de la vida humana y de los medios para alcanzar este fin, cuyo conocimiento tiene por objetivo la formación plenaria de la prudencia, que guía al hombre éticamente en su obrar concreto y real»<sup>132</sup>.

El mismo Vázquez ha abundado sobre el concepto de ética:

«La Ética es ciertamente un saber, pero un saber para el obrar. Estudia el dinamismo del ser humano, el uso de la libertad, la intención del hombre en relación a sus fines, en función del bien y del mal, en función de un orden moral interno, fundado en la recta intención y la buena voluntad»<sup>133</sup>.

---

<sup>131</sup>.- GONZÁLEZ BEDOYA, Jesús (1987): *op. cit.*, p. 13.

<sup>132</sup>.- VÁZQUEZ FERNÁNDEZ, Francisco (1983): *Fundamentos de Ética Informativa*. Madrid, Ediciones Forja S.A., pp. 14 y 15.

<sup>133</sup>.- *Ibidem*, pp. 31 y 32.

Adela Cortina, por su parte, ha hecho la siguiente aproximación a nuestro concepto:

«El quehacer ético consiste, pues, a mi juicio, en acoger el mundo moral en su especificidad y en dar reflexivamente razón de él, con objeto de que los hombres crezcan en saber acerca de sí mismos, y, por tanto, en libertad. Semejante tarea no tiene una incidencia inmediata en la vida cotidiana pero sí ese poder esclarecedor, propio de la filosofía, que es insustituible en el camino hacia la libertad»<sup>134</sup>.

También Antonio Argandoña ha aportado un concepto, al afirmar que la ética “es la ciencia que trata de la conducta del hombre, con vistas a la consecución de su último fin (llámesele felicidad, autoperfección, santidad, realización, "vida buena", etc.)”<sup>135</sup>. El mismo autor ha señalado un doble carácter de la ética, como una ciencia práctica —pues interesa no tanto el conocimiento como el ejercicio— y como ciencia normativa —en tanto explica qué debe hacer el hombre—.

Porfirio Barroso define la ética de esta forma:

«Ética sería: la ciencia filosófico-normativa y teórico-práctica, que estudia tanto los aspectos individuales, como los sociales de la persona, a tenor de la moralidad de los actos humanos (objeto formal de la Ética), bajo el prisma de la razón (humana) (primera fuente primaria de la Ética), teniendo siempre como fin la honestidad (el bien honesto) (causa final de la Ética)»<sup>136</sup>.

Barroso ha identificado una serie de características, inherentes a este concepto: individualidad; sociabilidad; carácter científico, filosófico, teórico y práctico; la moralidad de los actos humanos como objeto formal; carácter normativo; la razón humana como fuente; y la honestidad como su causa final.

---

<sup>134</sup>.- CORTINA, Adela (1986): *Ética Mínima*, Madrid, Tecnos, p. 32.

<sup>135</sup>.- ARGANDOÑA, Antonio (1999): “La enseñanza de la ética por el método del caso”. En FLECHA, J. R. (editor): *Europa: ¿mercado o comunidad? De la Escuela de Salamanca a la Europa del Futuro*. Salamanca, Publicaciones Universidad Pontificia, pp. 217-236. Ver p. 217.

<sup>136</sup>.- BARROSO ASENJO, Porfirio (2003): *op. cit.*, p. 30.

La individualidad radica en la condición de persona del hombre, libre y poseedor de voluntad, lo cual define una conciencia individual, norma subjetiva de comportamiento humano (la ley es la norma objetiva). La dimensión social de la ética se explica por la pertenencia del individuo a una sociedad. A partir de estos elementos puede percibirse ya el objeto formal de la ética, en el “comportamiento moral”, o la “moralidad de los actos humanos”. El norteamericano John C. Merrill, profesor emérito de la Escuela de Periodismo de la Universidad de Missouri, reconoce estas dos condiciones de individualidad y sociabilidad:

«La ética tiene que ver con el deber: el deber hacia uno y/o hacia los demás. Es individual o personal, aun cuando se relacione con obligaciones y derechos hacia otros. La cualidad de la vida humana tiene que ver con ambas cosas, soledad y sociabilidad. Hacemos lo correcto o lo incorrecto por nosotros mismos en aquella parte de nuestras vidas, vivida introvertidamente o hacia adentro y también en aquella parte de nuestras vidas en la que estamos reaccionando o respondiendo a otras personas. Esta dualidad de la moralidad individual y social está implícita en el mismo concepto de la ética<sup>137</sup>.

Así puede colegirse con el autor que el periodista no escribe simplemente para la lectura de los demás, sino que lo hace como expresión de sí mismo. Él comunica su propio ser, lo que él mismo es. En tal sentido se complace y se desagrada a sí mismo y no sólo a sus lectores. Puede decirse que su actuación lo afecta a él mismo, antes que a los otros, marcando la propia esencia de su vida.

Otro elemento definitorio de la ética es su carácter de ciencia, pues se cumple en ella el presupuesto según el cual la ciencia es un conjunto ordenado de verdades ciertas y universales, que se demuestran y fundamentan en base al conocimiento de sus causas. La ética estudia científicamente los principios universales sobre la moralidad de los actos humanos. La ética es también práctica, porque no se detiene en la contemplación, sino que se aplica a los actos humanos a la luz de la razón, ofreciendo pautas de comportamiento. Desde esa perspectiva es una ciencia normativa. Para el sacerdote alavés Gregorio Rodríguez de Yurre Garay (1913-1990), la ética es la reina de las

---

<sup>137</sup>. - MERRIL, John Calhoun (1982): *El imperativo de la libertad. Filosofía de la autonomía periodística*. México, Edamex, p. 196.



ciencias normativas, pues dicta pautas a otras del mismo género como el derecho, la política y la economía<sup>138</sup>. El citado John C. Merrill insiste también en este carácter normativo. La ética, cree este autor, debería ofrecer a los periodistas normas y principios básicos para juzgar lo bueno y lo malo en su cotidiano quehacer.

Barroso rechaza la reducción de la ética como ciencia de las costumbres, que atribuye a la escuela sociológica francesa liderada por Emile Durkheim. Desde esa perspectiva podría convertirse a la ética en sólo una descripción de las costumbres de tipo moral, sin tener en cuenta su rasgo más específico: el carácter normativo de la ética<sup>139</sup>. De igual forma, Barroso se aparta de la definición de Herbert Spencer que la reconoce como ciencia de la conducta humana, pues de esta forma no es posible distinguirla fácilmente de la psicología.

Para Barroso la característica esencial de la ética, que la diferencia de otras ciencias, es su objeto material de estudio, constituido según el francés René Simon por la moralidad de los actos humanos libres y voluntarios, es decir, por su conformidad o disconformidad con los valores morales.

El objeto formal de cualquier ciencia es, a diferencia del objeto material, un aspecto concreto de éste, que especifica y distingue su objeto de otras ciencias que comparten el mismo objeto material. Es el caso de las ciencias sociales, que estudian en común las regularidades que se producen en la sociedad, pero que pueden encontrar mayor especificidad en la sociología, la historia, la economía, la antropología, entre otras. El objeto formal de la ética, según Barroso, es el acto humano en cuanto acto moral<sup>140</sup>, como él lo denomina, la moralidad de los actos humanos: el bien o el mal en el acto a analizar, según su conformidad con la recta razón.

---

<sup>138</sup>.- Cfr. RODRÍGUEZ DE YURRE GARAY, Gregorio (1969): *Ética*. Vitoria, Eset, p. 32.

<sup>139</sup>.- Sobre el punto Barroso ha dicho: «Esta orientación pretende convertir la ética en una simple descripción sistemática de las costumbres sociales de carácter moral, por lo que según esta escuela la ética se convierte en un capítulo de la sociología. Esto se denomina *Sociologismo*». BARROSO ASENJO, Porfirio (1985): *Fundamentos deontológicos de las ciencias de la información*. Barcelona, Mitre, p. 23.

<sup>140</sup>.- El acto moral, según lo ha descrito Barroso, “es aquel que es ejecutado con plena conciencia, plena voluntad, que goza de libertad y que es responsable de sus potencias ejecutivas”. Cuando no se dan estas condiciones y por el contrario, se imponen actos por la violencia, la coacción o el miedo, la imputabilidad del sujeto puede disminuir o incluso desaparecer, pues son el objeto, la intención y las circunstancias, los factores que determinan el

En efecto, la fuente primaria de la ética es la razón humana. La ética, como las demás ramas de la filosofía, es un producto de la razón. También la ética como praxis del comportamiento humano nace de la razón. Ella es la medida a usarse para sopesar la conducta humana moral. Todo acto humano debe ser analizado en conformidad o disconformidad con la regla de la recta razón. Otras fuentes primarias de la ética son la experiencia moral individual, de la propia conciencia, que es norma subjetiva de comportamiento, y la experiencia moral social objetiva, propia de la sociedad y sus costumbres. Las fuentes secundarias de la ética son la metafísica, la psicología, la sociología, la historia, la literatura.

A partir de las aproximaciones citadas podemos establecer algunos elementos que dan contenido a la ética: el carácter filosófico de su reflexión, en tanto se remite a una disciplina y a una forma sistemática de abordarla; su dinámica prospectiva, pues mira hacia las conductas futuras de los individuos; la libertad del hombre para determinar su conducta; los altos fines y valores que la inspiran; su doble carácter individual y social; su naturaleza normativa; y el uso de la razón para sopesar la conducta humana moral.

Con esos elementos podemos ensayar ya nuestra propia definición. La ética es una reflexión sistemática, prospectiva y normativa, que juzga la moralidad de la conducta humana con pleno respeto por la libertad del hombre, en función de altos valores de orden individual y social, concebidos a la luz de la razón.

Los conceptos y definiciones y los elementos presentes en ellos nos ayudan a comprender los alcances de la ética, al mismo tiempo que se proyectan en la ética periodística y en los mecanismos para su aplicación, que abordaremos en los capítulos subsiguientes.

---

nivel de responsabilidad de quien realiza la acción. Cfr. BARROSO ASENJO, Porfirio (1999): *op. cit.*, pp. 92-93.

III.2.1.4. Definiciones de moral

René Le Senne (1882-1954), en su Tratado de Moral General, ha descrito un camino que conduce a la comprensión de lo moral:

«Favorecer o contrariar un dinamismo intelectual o afectivo, independiente de la voluntad en su origen, promover una intención o rechazar un proyecto es implícita o explícitamente aprobar o reprobar. Aprobación y reprobación, he ahí la esencia bipolar de la conciencia moral»<sup>141</sup>.

Y más adelante ha agregado:

«Por la conciencia moral, pues, el yo se convierte en creador de sí. Puesto que insensiblemente la aprobación se convierte en envalentonamiento y el envalentonamiento en valor y el valor en creación objetiva; inversamente la desaprobación»<sup>142</sup>.

Esta secuencia, que parte de la aprobación o reprobación de hechos y conductas, explicaría el modo como tal acto va cobrando valor hasta el punto de convertirse en una realidad objetiva. José Luis López Aranguren (1909-1996) ha coincidido con esa visión evolutiva y ascendente de la moral. Él ha dicho que ver surgir la moral “es ver surgir el hombre desde el animal”<sup>143</sup>. El carácter moral se asienta así como una condición de humanidad. El hombre, por su condición de tal, es poseedor de una conciencia moral, que lo identifica. González Bedoya, citando a Ortega, también se ha referido a la moral en términos de identidad entre ésta y la condición humana: “Afirmaba Ortega que el hombre es inexorablemente moral y libre, y que, por tanto, su vida es quehacer y, moralmente, quehacerse, incluso el dejarse llevar, el no tener carácter, es ya un modo de hacerse”<sup>144</sup>.

También Adela Cortina se ha ocupado de la moral:

---

<sup>141</sup>.- LE SENNE, René (1973): *Tratado de Moral General*. Madrid, Gredos, pp. 310 y 311.

<sup>142</sup>.- *Ibidem*, p. 315.

<sup>143</sup>.- LÓPEZ ARANGUREN, José Luis (1976): *Ética*. Madrid, Alianza Editorial, p. 57.

<sup>144</sup>.- GONZÁLEZ BEDOYA, Jesús (1987): *op. cit.*, p.16.

«La moral, en buena ley, debe limitarse a un catálogo de consejos, que revisten la forma del imperativo hipotético kantiano: si quieres X, haz Y. Las teorías contemporáneas de la decisión y de los juegos constituyen un ejemplo paradigmático, y además formalizado y matematizado (el non plus ultra) de semejante código moral»<sup>145</sup>.

A partir de estas aproximaciones nos resulta posible destacar algunos elementos presentes: la aprobación o reprobación, como esencia de la conciencia moral; el valor como creación del individuo; la libertad del hombre; la búsqueda del bien y la felicidad; su carácter imperativo; su ubicación en el ámbito de la conciencia individual. Varios de estos factores, sin embargo, parecen coincidir todavía con los que hemos podido desprender de la ética.

No nos aventuramos en este caso a proponer una definición de moral, pues ella no atañe de modo directo al objeto de esta tesis. El análisis precedente nos resulta necesario sólo para distinguir aún con mayor claridad el campo propio de la ética. No obstante, ya las definiciones aportadas parecen limitar el ámbito de lo moral a la conciencia individual, marcando una primera y sustancial diferencia con la ética, que la trasciende. Algunos autores nos ayudan en el siguiente epígrafe a desbrozar los aspectos más específicos de uno y otro concepto.

#### III.2.1.5. Semejanzas y diferencias

La distinción entre ética y moral puede hacerse desde diferentes ámbitos de análisis: el de su relación con la religión, el de la etimología, el de su alcance individual o social, o el de su nivel de reflexión,

Mientras López Aranguren destaca la posición de la moral en los campos de la psicología y la antropología <sup>146</sup>, Basso la ubica en el ámbito de la Teología:

«La moral o es teología o no lo es; pero no puede serlo y no serlo al mismo tiempo. Y si es teología, su propia luz (=su objeto formal) y su sujeto último de

---

<sup>145</sup>.- CORTINA, Adela (1986): *op. cit.*, pp. 37 y 38.

<sup>146</sup>.- Cfr. LÓPEZ ARANGUREN, José Luis (1976): *op. cit.*, p. 89.

atribución deberán ser los específicos de la teología. En tanto que la filosofía moral (de ordinario llamada simplemente “Ética”) considera al hombre en sí mismo y desde sí mismo, la teología moral lo considera desde Dios y en su relación con Él»<sup>147</sup>.

Hill hizo también una distinción entre ética y moral a partir de su relación con las fuentes religiosas. Según este autor, tanto ética como moralidad se refieren a reglas de conducta, pero el uso del término moralidad se asume, a su juicio, en función de guías religiosas. La ética, en cambio, piensa que no requiere relación alguna con las fuentes religiosas<sup>148</sup>.

Desde el punto de vista etimológico ya hemos destacado en los apartados precedentes los orígenes de ambos conceptos. Francisco Vázquez, al respecto, concluyó que pueden diferenciarse etimológicamente, aunque su contenido es similar<sup>149</sup>. Coincidentemente, Adela Cortina ha planteado la necesidad de superar la cuestión de la distinción entre ambos conceptos desde la etimología, ubicando la diferencia en sus distintos niveles de pensamiento y lenguaje. A su parecer, los términos moral y ética no aluden a realidades diversas desde el punto de vista etimológico, ni tampoco tienen aplicaciones diferenciadas en el lenguaje ordinario. Sin embargo, desde el nacimiento de la filosofía se habría ido bosquejando una distinción entre dos niveles lógicos: el de la moral y el de la filosofía moral. A la primera corresponderían aquellos códigos y juicios que aspiran a regular las acciones concretas de los hombres. En cambio la filosofía correspondería a un segundo nivel reflexivo acerca de los juicios ya existentes. Este tipo de discurso no se ocupa de modo inmediato de lo que debe hacerse sino que intenta dar razón de esas prescripciones<sup>150</sup>.

Silverio Sánchez Corredra, por el contrario, al estudiar el mundo de las motivaciones humanas de tipo ético, moral y político, ha mostrado su disconformidad con el concepto de ética que la describe como una reflexión filosófica sobre los

---

<sup>147</sup>.- BASSO, Domingo M. (1998): *Ética*. Buenos Aires, Abeledo-Perrot, p. 15.

<sup>148</sup>.- Cfr. HILL, Iván (1977): *The Ethical Basis of Economic Freedom*. North Carolina, American Viewpoint, p. 6.

<sup>149</sup>.- Cfr. VÁZQUEZ FERNÁNDEZ, Francisco (1991): *Ética y Deontología de la Información*. Madrid, Paraninfo, p. 23.

<sup>150</sup>.- Cfr. CORTINA, Adela (1986): *op. cit.*, pp. 80-83.

problemas morales. El autor ha vuelto a la etimología, afirmando que el término griego *ethos* alude al comportamiento derivado del carácter de cada individuo, a diferencia de la palabra latina *moris*, que se traduce como costumbre. En el primer caso se alude al individuo, mientras que en el segundo a lo social<sup>151</sup>. Aquella concepción pierde, según el autor, el contraste de los términos griego y latino, referidos de un lado a lo personal y del otro a lo social. Más compleja se hace aún esta relación con Apel, para quien inversamente es la moral la que posee un carácter más individual y la ética una naturaleza más social, estableciendo una dependencia de la primera respecto de la segunda<sup>152</sup>.

La mayoría de autores, sin embargo, se inclina por la distinción entre ética y moral en función de su distinto nivel de reflexión. Herrán y Restrepo suscriben también esa posición:

«Pero la distinción más aceptada entre moral y ética es la que señala a la moral el sentido de "conjunto de juicios de valor de los ideales, virtudes e instituciones morales". En cambio, la ética es la investigación filosófica para buscar la fundamentación de la moral. La ética no pregunta cómo se conducen los hombres, ese juicio de valor se le deja a la moral. Lo suyo es establecer cómo tienen que conducirse»<sup>153</sup>.

Con este parecer coincide también Porfirio Barroso, para quien la diferencia entre ética y moral radica en la relación que guardan estos conceptos con la disciplina filosófica: mientras la ética tiene un carácter filosófico-normativo, la moral no sería estrictamente filosófica.

---

<sup>151</sup>.- «Plantear la diferencia entre lo teórico y lo práctico como la clave de la diferencia entre la ética (teoría) y la moral (práctica) supone un derroche terminológico cuando para señalar la perspectiva teórica tenemos ya expresiones como "teoría moral", "reflexión moral" o "filosofía moral"». SÁNCHEZ CORREDERA, Silverio (2003): *Los conflictos entre Ética, Moral y Política: criterios para su negociación*. En *Cuadernos de Información y Comunicación*, vol. 8, p. 45.

<sup>152</sup>.- Cfr. APEL, Karl-Otto (1998): *Teoría de la Verdad y Ética del Discurso*. Barcelona, Paidós, p. 171.

<sup>153</sup>.- HERRÁN, María Teresa y RESTREPO, Javier Darío (1991): *op. cit.*, p. 23.

En su libro *Ética sin Moral*, Adela Cortina reitera varios de los juicios emitidos en sus obras anteriores, respecto de la distinción entre los conceptos que nos ocupan: la idea de la ética como una dimensión de la filosofía que reflexiona sobre la moralidad y la concepción de la moral ligada inmediatamente a la acción<sup>154</sup>. En términos equivalentes se ha pronunciado la misma autora en *Razón Comunicativa y Responsabilidad Solidaria*:

«No se trata de arrogarse el papel de la moral o la religión, pero cualquier intento de dar razón de la moralidad tiene una incidencia mediata en la acción libre. La ética, como reflexión filosófica sobre lo moral, que trata de indagar por qué hay moral y por qué determinadas normas pretenden obligar con legitimidad, no tiene por misión ofertar normas con contenido, sino señalar las condiciones formales bajo las cuales una norma obliga moralmente»<sup>155</sup>.

Bonete también ha adjudicado a la ética un interés más teórico, lindante con la filosofía, en búsqueda de conceptos generales, en tanto a la moral la ha referido a los

---

<sup>154</sup>.- Cfr. CORTINA, Adela (1995): *op.cit.*, pp. 29 y 30. El objetivo de la ética no será el sumar más prescripciones morales, sino el de responder a la pregunta de ¿por qué las aceptamos? “La cuestión ética no es de modo inmediato ‘qué debo hacer’, sino ‘¿por qué debo?’”, dice la misma autora. La ética busca aclarar si las obligaciones propias de los juicios morales son acordes con la racionalidad humana. Cfr. CORTINA, Adela (2000): *op. cit.*, pp. 62-63.

<sup>155</sup>.- CORTINA, Adela (1995): *Razón Comunicativa y Responsabilidad Solidaria*. Salamanca, Sígueme, p. 146. En la misma obra recién citada, Cortina reseña la lógica del modelo kantiano de ética, que es también la propia del pensamiento modernista: «Puesto que “ser moral” significa “ser hombre” es preciso encontrar aquella característica, en virtud de la cual los hombres difieren de lo natural y lo sobrenatural. Y esta característica para Kant estriba en la posibilidad de alcanzar una buena voluntad. La voluntad buena, en tanto que voluntad, distingue al hombre de los seres naturales; en tanto que buena, y no santa, expresa las diferencias con la divinidad. Su grandeza estriba en ser legisladora y no ya meramente calculadora. La era de los mandatos heterónomos llega a su fin. A partir de ahora la autonomía va a erigirse como clave del mundo moral y jurídico, porque los hombres han tomado conciencia de tener leyes propias y, si quieren construir un mundo humano, deberán atenerse a su propia legalidad; no a leyes extrañas». CORTINA, Adela (1995): *Razón Comunicativa y Responsabilidad Solidaria*, *op. cit.*, p. 162. En esta misma línea de pensamiento, Habermas ha destacado igual prescindencia de cualquier atisbo de divinidad: «...los defensores de una ética formalista, como Rawls, Lorenzen o Apel, se apoyan en el concepto de una racionalidad procedimental que ya no está sujeta a la hipoteca teológica que representa la doctrina de los dos reinos; de ahí que los abogados de la moralidad ya no necesiten oponer abstractamente la razón como algo nouménico al mundo de los fenómenos y de la historia. Por otro lado, los abogados de la eticidad concreta renuncian al respaldo de un espíritu absoluto que penetrase por la historia universal, entendida ésta como un tribunal universal». HABERMAS, Jürgen (1998): *Escritos sobre Moralidad y Eticidad*. Barcelona, Ediciones Paidós, p. 67.

valores efectivamente vividos por las sociedades en concretos períodos históricos. Ambas dimensiones son para este autor complementarias<sup>156</sup>.

Con frecuencia pues se han identificado los conceptos de ética y moral con un contenido común. Pero como se deduce de lo hasta aquí visto, podemos ya concluir que poseen un distinto nivel de reflexión. La moral es una práctica de comportamiento, en tanto la ética es una ciencia, como hemos visto en las páginas precedentes. La moral es el conjunto de valores, normas, reglas e instituciones que regulan el comportamiento de un grupo humano. Forma parte de la vida cotidiana de cada sociedad y cada individuo. La ética, en cambio, es la reflexión filosófica sobre el comportamiento moral del ser humano, sobre sus valores y normas, tanto en el ámbito personal como en el profesional y social. Su objeto es fundamentar racionalmente el por qué es moral una determinada acción. La moral ofrece una orientación inmediata al individuo, sobre la conducta a seguir. La ética, en cambio, busca la justificación por la cual debe seguirse una cierta orientación moral. Por eso, si en los códigos deontológicos es posible hallar principios éticos de humanidad, veracidad, libertad, responsabilidad o justicia, la ética procura fundamentarlos y explicarlos. Puede decirse que la ética y la moral guardan la misma relación que hay entre una ciencia y su objeto de estudio<sup>157</sup>.

La ética, como reflexión sobre la valoración del comportamiento de las personas, es tan antigua como la humanidad. Pero en nuestro tiempo esta reflexión es cada vez más relevante. Hasta la llegada de la modernidad los valores morales parecían inmovibles y la religión prestaba su fundamento a los principios imperantes. La modernidad, sin embargo, puso aquello en cuestión y la incertidumbre sustituyó las certezas y la tradición. Hoy se demanda un fundamento racional que legitime las conductas, que haga objetiva la causa del buen obrar.

Como puede constatar, a partir de la somera presentación realizada en torno de los conceptos y distinciones entre ética y moral, la cuestión ha resultado extensamente debatida, quedando claro el predominio de las diferencias entre ambos

---

<sup>156</sup>.- Cfr. BONETE PERALES, Enrique (1995): *“De la ética filosófica a la deontología periodística”*. En BONETE PERALES, Enrique (coordinador): *Éticas de la información y deontologías del periodismo*. Madrid, Tecnos, p. 22.

<sup>157</sup>.- Cfr. SÁNCHEZ VÁZQUEZ, Adolfo (1978): *op. cit.*, p. 26.



### *Capítulo III. La ética y su aplicación en el periodismo*

conceptos, pese a su similitud etimológica y a que los dos se refieren a niveles de conducta. Estas diferencias podrían esquematizarse también del siguiente modo:

| <b>Moral</b>                                      | <b>Ética</b>                       |
|---|------------------------------------|
| Carácter Religioso trascendente                   | Carácter Filosófico normativo      |
| Ubicada en la Psicología, Antropología y Teología | Ubicada en la Filosofía            |
| Plantea un modelo ideal de hombre                 | Aséptica a modelos preconcebidos   |
| Regula acciones inmediatas                        | Presenta cánones mediatos          |
| Validez universal para la humanidad               | Validez limitada por los contextos |
| Ofrece normas                                     | Condiciona legitimidad de normas   |

Esta distinción que pretendemos, así esquematizada, clarifica la ubicación de nuestra tesis en el campo de la ética y nos permite descartar de nuestro estudio los aspectos propiamente morales que, como hemos visto, hacen referencia a la conciencia individual, a la relación del hombre con lo trascendente o al buen obrar como acción inmediata.

#### III.2.2. Ética y derecho

El objeto de estas digresiones es esclarecer la relación, desde un punto de vista histórico, entre ética y derecho, para luego presentar la etimología del término derecho, algunos conceptos y, finalmente, los espacios compartidos por ambas disciplinas, esas zonas grises en las que ambas parecen tener un punto de encuentro, así como sus diferencias. Ello resulta necesario a fin de distinguir, en el próximo capítulo, las instituciones de autorregulación que surgen como un imperativo ético, de otras normadas por el derecho.

##### III.2.2.1. Antecedentes

En la relación entre ética y derecho es conveniente hacer una sumaria revisión de los nexos entre ambos conceptos a través del tiempo, pues ello permite una mejor comprensión del grado de identidad que alguna vez hubo entre ambos.

«En el campo de los hechos —ha dicho Giorgio Del Vecchio (1878-1970)— la distinción entre la moral y el derecho se ha ido dibujando asaz lentamente. En las fases primitivas de la vida social existía una *costumbre indistinta*, compuesta de normas que tenían una fuerza obligatoria mal definida en su naturaleza moral o jurídica... aparecen aquí englobados en conjunto Moral, Derecho y Religión»<sup>158</sup>.

El derecho se mantenía ligado a la religiosidad a través de la divinización del soberano, cuya voluntad legisladora era expresión de la voluntad divina. La desobediencia a la ley era más que un delito, era además un pecado y con ello un quebrantamiento del orden moral<sup>159</sup>.

En la civilización helénica aparece todavía el derecho fundido con la moral. Platón, por ejemplo, considera la justicia como una virtud. En Roma, pese al amplio desarrollo del derecho, tampoco habría una teoría explícita sobre las diferencias entre moral y derecho<sup>160</sup>. No obstante, debe admitirse que en Roma el derecho sí tuvo, cuando menos, un perfil diferenciado de la moral, como lo prueban sus instituciones jurídicas, muchas de las cuales han conservado su vigencia hasta nuestros días en la mayor parte de los ordenamientos occidentales.

Con el surgimiento del cristianismo la ética incidió de un modo más determinante en otras disciplinas normativas. En la ética tradicional escolástica el derecho es concebido como parte del orden moral y la justicia como virtud<sup>161</sup>. Del Vecchio no encuentra tampoco una teoría específica que distinga la moral del derecho ni en los escritos de los Padres de la Iglesia (la Patrística) ni en el pensamiento cristiano

---

<sup>158</sup>.- DEL VECCHIO, Giorgio (1960): *Filosofía del Derecho*. Barcelona, Bosch, p. 305.

<sup>159</sup>.- Cfr. FERNÁNDEZ GALIANO, Antonio (1977): *Derecho natural. Introducción filosófica al derecho*. Madrid, Universidad Complutense, pp. 57 y siguientes.

<sup>160</sup>.- Cfr. DEL VECCHIO, Giorgio (1960): *op. cit.*, pp. 305 y 306. También Rodríguez Paniagua ha coincidido con la perspectiva del gran jurista de Bologna: «La mentalidad griega no estuvo en condiciones de captar la diferencia entre Moral y Derecho, porque contemplaba ambos como dotados de carácter político, es decir estatal. Ni siquiera Sócrates, que parece tuvo un atisbo de lo que actualmente llamamos “la voz de la conciencia”, llegó a distinguir la moralidad de la legalidad: esta podía ser criticada, pero en definitiva era la norma de conducta, la que determinaba qué acciones eran buenas y qué acciones eran malas». RODRÍGUEZ PANIAGUA, José María (1977): *Derecho y Ética*. Madrid, Tecnos, p. 32.

<sup>161</sup>.- Cfr. RODRÍGUEZDE YURRE GARAY, Gregorio (1969): *op. cit.*, p. 32.

de la edad media (la escolástica) expresado en su cumbre más preclara, Santo Tomás de Aquino. Según el jurista de Bologna, ocurre durante este largo período un proceso inverso al acontecido en Grecia. Mientras entre los helénicos el derecho había sido absorbido por la moral, más tarde la moral asumió una forma jurídica, convirtiéndose el derecho en “forma universal del obrar”.

Es más fácil la distinción dentro del cristianismo, dada la diarquía Iglesia-Estado y la dignidad que otorga al individuo, destinado a una vida eterna, que trasciende su vinculación con el Estado. Un esbozo de esa distinción entre moral y derecho se percibe en San Agustín, quien asigna a la ley humana la función de castigar sólo en cuanto sea preciso para mantener la paz entre los hombres. Ante la ley eterna y la ley natural, referidas a la moralidad en general, la humana, en la que ve representado el derecho, tiene una orientación más restringida: “mantener la paz entre los hombres”. Pero habría sido Santo Tomás de Aquino quien establecería una diferencia más nítida entre derecho y moral: el primero referido al servicio del bien común u objetivo y el segundo a lo individual y subjetivo<sup>162</sup>. No obstante, el autor de la Suma Teológica no llegó mucho más lejos en ese proceso progresivo de diferenciación.

La Edad Moderna, caracterizada por el auge de las ciencias y la creciente autonomía del Estado frente a la Iglesia, marca también sendas distintas para el derecho y la ética. Según coinciden los autores, fue Cristián Tomasio (1655-1728) quien mejor trazó la línea divisoria entre derecho y moral. El profesor de Leipzig, gran figura de la ilustración en Alemania, estableció que la obligación jurídica es esencialmente coactiva, en tanto la de orden moral alcanza a la conciencia, y por ello resulta ajena a la coacción<sup>163</sup>. A partir de Tomasio todo el pensamiento moderno continuó esa misma orientación.

Immanuel Kant (1724-1804), expresó parecida opinión:

---

<sup>162</sup>. - Cfr. RODRÍGUEZ PANIAGUA, José María (1977): *op. cit.*, p. 33.

<sup>163</sup>. - Cfr. *Ibidem*, p. 33; DEL VECCHIO, Giorgio (1960): *op. cit.*, p. 307; BARROSO ASENJO Porfirio (1987): “*Relación Ética-Derecho y límites al Derecho de la Información*”. En BEL MALLÉN, Ignacio, GONZÁLEZ BALLESTER, Teodoro y LÓPEZ YÉPEZ, José (responsables): *Información y Derecho de la Información. Homenaje al profesor José María Desantes Guanter*, Madrid, Fragua, p. 62.

«Toda acción es ciertamente necesaria conforme al discernimiento, con tal de que haya una motivación para llevar a cabo dicha acción. Cuando esa motivación es tomada de la coacción, la necesidad de la acción es jurídica; pero si es tomada de la bondad intrínseca de la acción, entonces la necesidad es ética. La ética atañe a la bondad intrínseca de las acciones; la jurisprudencia versa sobre lo que es justo, no refiriéndose a las intenciones, sino a la licitud y a la coacción»<sup>164</sup>.

El motivo de la ética según el celebre filósofo alemán no es la coacción, sino la cualidad interna, que se ubica en las intenciones. Por eso afirma que la ética es una filosofía de las intenciones. Ello coincide también con su punto de vista, según el cual el imperativo categórico al que alude su ética corresponde a la ley interna, mientras el orden jurídico es exterior. Así la ética es autónoma y el derecho heterónomo.

El filósofo alemán Johann Gottlieb Fichte (1762-1814) discípulo de Kant, defiende también la separación entre moral y derecho. Para ello afirma que la condición interna del derecho es la coacción, mediante la cual garantiza a cada individuo su propia libertad, en tanto la moral está basada en la buena voluntad, en las nobles intenciones, al mismo tiempo que hay conductas que el derecho tolera, pese a su rechazo por la moral<sup>165</sup>.

Este proceso de bisección entre ética y derecho no está, a nuestro juicio, concluido. La norma legal aspira a recoger los valores y principios éticos predominantes en la sociedad y cuando la ética aplicada a alguna profesión no ha alcanzado un nivel adecuado de sistematización, mediante códigos deontológicos, es entonces al derecho al que le ha correspondido expresar tales principios. Así ha ocurrido, en nuestra opinión, con la ética periodística, cuya codificación es históricamente reciente. Antes de la existencia de los códigos deontológicos de la prensa había también principios éticos para esta actividad, pero estaban todavía expresados, únicamente, en la legislación sobre la materia.

---

<sup>164</sup>.- KANT, Immanuel (2002): *Lecciones de ética*. Barcelona, Crítica, p. 113.

<sup>165</sup>.- Cfr. DEL VECCHIO, Giorgio (1960): *op. cit.*, p. 307.

### III.2.2.2. Etimología

Sólo haremos referencia en este epígrafe a la etimología de la voz derecho, pues ya hemos hecho lo propio respecto de la ética, al tratar la distinción entre ese concepto y la moral.

A la palabra *derecho* se le adjudican varias derivaciones etimológicas: de la expresión latina *directum*, cuyo significado es *directo*; de *directus*, que significa lo *recto*, lo *rígido*; también se asume que *derecho* deriva de *dirigere*, que significa *enderezar*, *ordenar*, *guiar*. De esta forma nuestro concepto parece querer expresar la idea de aquello que es recto, conforme con la regla o la norma, que no se desvía<sup>166</sup>.

La entrada *derecho* es tratada exhaustivamente en el Diccionario de la Real Academia, aunque con diferentes acepciones, entre las que destacan su uso como adjetivo (recto, seguido, sin torcerse) y como sustantivo (como facultad o potestad, como justicia o precepto y como ciencia que lo estudia)<sup>167</sup>.

### III.2.2.3. Definiciones de derecho

No nos proponemos en este punto un estudio exhaustivo de las muy variadas nociones del derecho. Se trata sólo de una aproximación a las definiciones de algunos autores notables, en las que se puede ya vislumbrar la relación que guarda el derecho con la ética y los valores.

Para el jurisconsulto romano Celso (siglo I d.C.), que Ulpiano recoge en sus recopilaciones del Digesto, el derecho era según conocida definición el “arte de lo bueno y lo equitativo”<sup>168</sup>. Para Kant era un “conjunto de las condiciones por las cuales el arbitrio de cada uno puede coexistir con el criterio de todos los demás, según una ley

---

<sup>166</sup>.- Cfr. VILLORO TORANZO, Miguel (2000): *Introducción al estudio del Derecho*. México, Porrúa, p. 4.

<sup>167</sup>.- Cfr. REAL ACADEMIA ESPAÑOLA (2001): *Diccionario de la lengua española*. Madrid, RAE, vol. I, vigésima segunda edición, pp. 751-752.

<sup>168</sup>.- CATALANO, Pierángelo (ed.) (1990): *Constitución del Auctore y Libro I del Digesto del Emperador Justiniano*. Lima, Fondo Editorial PUC, p. 22.

universal de libertad”<sup>169</sup>. Para el austriaco Hans Kelsen (1881-1973) “el derecho es, en esencia, un orden para promover la paz”<sup>170</sup>.

Giorgio Del Vecchio dijo que “Derecho es la coordinación objetiva de las acciones posibles entre varios sujetos, según un principio ético que las determina, excluyendo todo impedimento”<sup>171</sup>. El jurista alemán Gustav Radbruch (1878-1950) lo ha definido así: “El Derecho sólo puede comprenderse en el círculo de la conducta impregnada de valor. El Derecho es un fenómeno cultural, un hecho relacionado a un valor”<sup>172</sup>. El hispano mexicano Luis Recasens Siches (1903-1977) lo dice así: “El derecho es una forma objetivada de vida humana”<sup>173</sup>.

En cada una de las definiciones citadas encontramos alusiones directas o indirectas a la cuestión ética, lo cual revela ya una interrelación entre ética y derecho. Desde el derecho romano, donde se aboga ya por lo bueno y lo justo, pasando incluso por Kelsen, el padre del derecho positivo contemporáneo —quien se propone poner el derecho al servicio de la paz— hasta juristas como Radbruch o Del Vecchio, cuyo interés por lo axiológico es notable en sus obras respectivas. En todos los casos es posible percibir este nexo entre la ética y el derecho.

En el epígrafe siguiente abundamos con mayor detalle sobre esta relación, estableciendo semejanzas y diferencias. Ello es conveniente para dilucidar el espacio propio de la ética frente al derecho, pero también para reconocer la existencia de preceptos éticos en las normas jurídicas, lo cual explica la aparición de muchos de ellos en la legislación, mucho antes de la disposición de códigos deontológicos, como efectivamente sucedió en materia de ética periodística. De ello daremos cuenta en el

---

<sup>169</sup>.- KANT, Immanuel, citado en RAMÍREZ GRANDA, Juan (1959): *Diccionario Jurídico*. Buenos Aires, cuarta edición, p. 95.

<sup>170</sup>.- KELSEN, Hans (1996): *Derecho y Paz en las relaciones internacionales*. México, Fondo de Cultura Económica, segunda edición, p. 23.

<sup>171</sup>.- DEL VECCHIO, Giorgio (1953): *Filosofía del Derecho*. Barcelona, Bosch, sexta edición, p. 20.

<sup>172</sup>.- RADBRUCH, Gustav (1959): *Filosofía del Derecho*. Madrid, Revista de Derecho Privado, cuarta edición.

<sup>173</sup>.- RECASENS SICHES, Luis, citado en GARCÍA FERAUD, Galo (1996): “Lo formal y lo fundamental en el Derecho”. En *Revista Jurídica Online*. Universidad Católica de Santiago de Guayaquil (Ecuador). El texto del artículo citado fue recuperado el 10 de octubre de 2008 en: [http://www.revistajuridicaonline.com/index.php?option=com\\_content&task=view&id=405&Itemid=100](http://www.revistajuridicaonline.com/index.php?option=com_content&task=view&id=405&Itemid=100).

caso del Perú, al mostrar en el capítulo V de esta tesis el devenir histórico de la prensa peruana y de sus implicaciones éticas.

#### III.2.2.4. Semejanzas y diferencias

Porfirio Barroso ha sido categórico en su pronunciamiento sobre la relación entre ética y derecho. Sobre el particular ha dicho lo siguiente:

«A lo largo de la historia en la relación Ética-Derecho aquella ha precedido e invadido a éste. En la actualidad, aunque alguien no lo quiera aceptar, el derecho continúa subordinado a la ética. Está claro en quienes se consideran jusnaturalistas. La ley natural y su estudio es uno de los capítulos fundamentales de la disciplina ética. En la corriente más modernista de los positivistas también necesitan de la ética, pues toda ley, por muy positiva que sea, es de naturaleza filosófica y dentro de la filosofía se encuentra la ética»<sup>174</sup>.

No obstante su posición sobre la subordinación del derecho frente a la ética, Barroso ha destacado hasta cuatro tesis en torno de esta compleja relación entre ambas disciplinas<sup>175</sup>.

La primera sostiene que *no hay separación entre ética y derecho*. Argumenta que el objeto material de la moral es el acto humano, mientras que en el derecho son los actos externos, interpersonales y sociales que también son actos humanos. Asimismo, el objeto formal de la ética es el bien humano y el del derecho la justicia que es también un bien humano. También se afirma que la ley moral natural es el fundamento de la ley positiva, al punto que la ley injusta no obliga en conciencia, circunstancia reconocida desde el derecho romano. Tampoco es posible la separación entre derecho y ética desde una perspectiva histórica pues cualquier análisis evidencia que aquel responde a los valores éticos imperantes en cada sociedad.

---

<sup>174</sup>.- Cfr. BARROSO ASENJO, Porfirio y LÓPEZ TALAVERA, María del Mar (1998): *La libertad de expresión y sus límites constitucionales*. Madrid, Fragua, pp. 26-35. También en BARROSO ASENJO, Porfirio (1987): *op. cit.*, p. 62.

<sup>175</sup>.- Cfr. *Ibidem*, pp. 66 a 71.

La segunda afirma que *hay distinción entre ética y derecho*, aunque no propiamente separación, pues no se trata de diferencias sustanciales. Algunos elementos que evidencian tal distinción son el carácter más coactivo del derecho en relación a la moral; la mayor fijación del primero en los aspectos externos de los actos humanos mientras la segunda se interesa más por la intención; la individualidad de la moral frente a la orientación social del derecho; la naturaleza subjetiva y unilateral de las valoraciones morales y objetiva y bilateral en el derecho; la prescindencia del estado en la moral y su necesidad para la observancia del derecho.

La tercera subraya *una conexión entre ética y derecho*. Ambas son al decir de Del Vecchio “normas del obrar”<sup>176</sup>, que se imponen e integran recíprocamente bajo un mismo fundamento, señalando así, de modo imperativo, una conducta obligatoria. Las dos disciplinas comparten un propósito común, el de regular las relaciones humanas para asegurar la cohesión social. Esta relación se manifiesta también en el devenir histórico, cuando se muestra cómo el derecho responde a los valores éticos predominantes en una sociedad, en cada tiempo y lugar.

La última de las posiciones presentadas por Barroso afirma que *el derecho está subordinado a la ética*. El derecho sería una parte del orden moral, ya que la justicia (objeto material del Derecho), sería sólo una de las virtudes morales que tiene como objeto de estudio la ética. De esta forma el derecho quedaría subordinado a la ética. Asimismo, se argumenta en el sentido de que el ordenamiento moral se dirige al individuo y el jurídico al hombre en tanto parte de la sociedad. No siendo posible una comunidad sin miembros, debiera concluirse en la subordinación del derecho a la ética, como se subordina el colectivo a lo individual o personal. Además, la ética busca el bien como fin último del hombre, mientras el derecho se propone la realización de fines temporales, subordinados al fin último. De allí podría colegirse también la subordinación del derecho ante la ética. El teólogo tirolés Johannes Messner (1891-1984) en su *Ética general y aplicada*, ha destacado también la naturaleza moral del derecho<sup>177</sup>, al igual que el filósofo francés René Simon<sup>178</sup>.

---

<sup>176</sup>.- DEL VECCHIO, Giorgio (1960): *op.cit.*, p. 304.

<sup>177</sup>.- Cfr. MESSNER, Johannes (1969): *Ética general y aplicada. Una ética para el hombre de hoy*. Madrid, Rialp, pp. 206 y siguientes.

<sup>178</sup>.- Cfr. SIMON, René (1978): *op. cit.*, pp. 398 y siguientes.



A partir de estas reflexiones Barroso ha concluido que el derecho y la moral son dos órdenes normativos diferentes, pero con vínculos y relaciones. Hay entre ellos una distinción, pero no una separación. A esta tesis abonan los conceptos de derecho ya expuestos, en los que se percibe también esta ligazón. Tal distinción no excluye que desde la moral pueda emitirse juicios sobre la validez o no de un derecho.

Porfirio Barroso ha sentenciado que donde termina la ética empieza el derecho, aludiendo así a la distinción entre uno y otro. La obligatoriedad del cumplimiento del derecho, a diferencia de la ética, cuyos cánones no tienen carácter vinculante, es pues el factor que distingue sus ámbitos respectivos. En ambos casos es posible encontrar cánones o directrices respecto de las conductas deseables o de aquellas contrarias a un ordenamiento dado, pero mientras el derecho es mandatorio y obliga por igual a todos los ciudadanos, el cumplimiento de la ética es voluntario. El respeto del derecho es exigible por la sociedad y el estado, incluso a través de los elementos coercitivos de los que dispone, a diferencia de la ética, cuyos preceptos no obligan más allá de la propia conciencia del sujeto y de la valoración que de su conducta puedan tener las personas de su entorno social o profesional.

Villanueva, coincidiendo con los criterios de Barroso, ha señalado como la conexión más importante entre ética y derecho, el que ambos sistemas estén formados a partir de enunciados normativos. Por el contrario, entre las principales diferencias encuentra las siguientes: las normas éticas son autónomas, en tanto las normas jurídicas son heterónomas; las normas éticas son imperativas, mientras las normas jurídicas son imperativo atributivas, pues además de deberes confieren derechos; las normas éticas son voluntarias, al mismo tiempo que las jurídicas son de obligatorio cumplimiento; las normas éticas se proponen a grupos particulares, como el gremio periodístico, pero las normas jurídicas son generales, para todos los ciudadanos; y las normas éticas se orientan a la dignificación de quien las practica, mientras las de carácter jurídico buscan asegurar las condiciones mínimas para la coexistencia social<sup>179</sup>.

---

<sup>179</sup>.- Cfr. VILLANUEVA, Ernesto (2000): “*Deontología Informativa ¿para qué?*” En AZNAR, Hugo y VILLANUEVA, Ernesto (coordinadores): *Deontología y autorregulación informativa: Ensayos desde una perspectiva comparada*. México, Universidad Iberoamericana, pp. 15-31. Ver pp. 18-19. El mismo autor ha analizado parecidas diferencias entre la ética y el ámbito más

Esto no significa, a nuestro juicio, que el incumplimiento de las normas éticas carezca de consecuencias para la sociedad, o de sanción para quien las incumple. Frecuentemente, la inobservancia de la ética, particularmente en el ejercicio de los deberes profesionales, es causa de gravísimo daño social. Con frecuencia, también, las faltas éticas han alcanzado tal conmoción en la sociedad que han sido objeto además de regulación legal. Ello supone en muchos casos, entonces, una especie de superposición entre los mandatos establecidos por la ética y aquellos normados por el derecho.

De igual forma las faltas éticas, aunque en la mayoría de los casos no son objeto de sanción legal, no quedan exentas de castigo. Si, como hemos visto al analizar la relación entre ética y moral, la ética da cuenta de la validez y legitimidad de los principios morales, y si esta legitimidad está dada por los valores predominantes en un determinado conjunto social, entonces puede deducirse que el juicio de los pares sobre conductas contrarias a la ética redundará en un desmerecimiento en el aprecio general de quien incurre en ellas. Esta forma de sanción, este reproche social implícito, puede ir incluso mucho más lejos, cuando se trata de faltas éticas objeto de evaluación por un determinado colectivo profesional.

Pero la relación entre ética y derecho va todavía más allá. Si bien hay coincidencias y diferencias, como las que ya han sido señaladas, también hay espacios en los que se superponen. Veamos ahora, en las siguientes páginas, como el derecho asume presupuestos axiológicos propios de la ética y, viceversa, como la ética adopta formas típicas del derecho. La Teoría Tridimensional del Derecho puede ser un instrumento para explicar esta relación, donde interactúan los valores, las normas y los hechos.

El jusnaturalismo se empeñó en sustentar la fuerza vinculante del derecho en la voluntad divina, manifestada en el derecho natural. La cosmovisión del hombre moderno, sin embargo, concibió un humanismo antropocéntrico en oposición a otro teocéntrico. En ese contexto surgió el Positivismo, que afirmó al Estado como

---

específico del derecho penal en: VILLANUEVA, Ernesto (1996): *Códigos Europeos de Ética Periodística*. México, Fundación Manuel Buendía, pp. 20-21.

generador de la norma, como titular de la soberanía popular. La dogmática jurídica alcanzó entonces su apogeo y con ella una concepción mecánica del derecho, donde se impone el silogismo de la deducción, según el cual una norma funda su validez en otra de superior jerarquía.

En el pensamiento jurídico contemporáneo —a mediados del siglo XX— Hans Kelsen propuso su Teoría Pura del Derecho<sup>180</sup>. El fenómeno jurídico fue entonces concebido por el autor como una pirámide en cuyo vértice se ubica la norma fundamental, a partir de la cual se construye en forma lógica un sistema coherente y ordenado.

Otras corrientes, en cambio, han visto al derecho como un producto histórica y socialmente determinado. El pensamiento marxista, en sus diversas expresiones, abundó sobre el particular insistiendo en caracterizar al derecho como una superestructura, instrumento de dominación de la burguesía sobre el proletariado.

De la muy somera referencia que hemos hecho respecto de esas grandes concepciones del derecho, se desprenden los elementos constitutivos de las posiciones integradoras contenidas en la Teoría Tridimensional<sup>181</sup>: lo axiológico —muy presente en el jusnaturalismo—, la norma —exaltada por el positivismo— y el contexto social —privilegiado en los análisis de las escuelas historicistas y sociologistas—. Son estos los tres componentes de una concepción que trasciende la norma positiva y apela también a los valores y al entorno social.

Esta Teoría Tridimensional del Derecho tiene dos momentos fundacionales. Uno es el de su surgimiento, en la obra de Eduardo García Máynez (1908-1993). Este autor mexicano se opuso a la posición positivista que estudia el sistema normativo con independencia de su fundamentación axiológica y de su eficacia fáctica. Desde su punto de vista es inconcebible un derecho sustentado exclusivamente en la norma. Así el

---

<sup>180</sup>.- Cfr. KELSEN, Hans (1991): *Teoría pura del Derecho*. México D.F., Porrúa UNAM. La primera edición fue publicada en 1934.

<sup>181</sup>.- En la explicación de la Teoría Tridimensional del Derecho y en el análisis del pensamiento de sus principales mentores, somos tributarios de FERNÁNDEZ SESSAREGO, Carlos (1990): *Derecho y Persona*. Lima, Instituto de Estudios Latinoamericanos Francisco García Calderón. También nos remitimos a PACHECO SILVA, Wilbert (1991): *La validez del Derecho: Hacia una perspectiva tridimensional*. Madrid, Universidad Complutense (Tesis Doctoral).

estudio del derecho no podría limitarse a la exégesis de la norma, sino que deberá verificar su eficacia en los hechos y los valores que pretende realizar<sup>182</sup>.

Un segundo hito en esta Teoría Tridimensional es el aporte del brasileño Miguel Reale (1911-2006). Él intenta ya una visión integral de hecho, valor y norma, concibiendo así lo jurídico como una realidad unitaria y dinámica. Reale considera la existencia de una dialéctica, que implica una correlación permanente y progresiva entre dos o más términos, incomprensibles separados unos de otros e igualmente irreductibles entre sí. Tales elementos sólo alcanzan plenitud de significado en la unidad concreta de la relación que constituyen<sup>183</sup>.

No es por cierto el Tridimensionalismo la única posición en favor del reconocimiento de elementos extraños a la pura norma positiva. La hermenéutica jurídica plantea, por ejemplo, el problema de desentrañar el sentido de la norma. Este empeño tiene cuando menos dos aspectos. Uno histórico reconocido ya por Savigny en la primera mitad del siglo XIX y otro relativo al lenguaje, destacado en las últimas décadas por autores como Habermas y Apel. Luhmann —conocido por su Teoría de Sistemas— es también crítico de una dogmática jurídica que haga incompatible el derecho con la pluralidad de situaciones sociales propias de un mundo en constante mutación. Ello exige, en su perspectiva, una interacción entre el subsistema jurídico y los demás subsistemas, social, cultural, entre otros.

---

<sup>182</sup>.- Cfr. GARCÍA MAYNES, Eduardo (1983): *Filosofía del Derecho*. México, Ed. Porrúa, cuarta edición. Este autor pretende mostrar la relación entre tres dimensiones del derecho: hecho, valor y norma. El jusnaturalismo cometería el error de un reconocimiento unilateral de lo justo. A su vez el positivismo yerra en subrayar la existencia del Derecho, relegando la esencia de los preceptos legales. García Máynez agrega los hechos como factor vinculante. Así surge su teoría de los tres círculos, que se entrecruzan entre sí y señalan diferentes espacios de validez del Derecho. García Máynez no concluye en la afirmación de un espacio específico, en el que se den cita las tres dimensiones. Se limita a señalar sus respectivos campos, sin superar una presentación escindida de estos.

<sup>183</sup>.- Cfr. REALE, Miguel (1978): *Teoría Tridimensional del Derecho*. Valparaíso, Edeval, p. 124. En el planteamiento de Reale la persona, como fuente de los valores, tiene un papel central. Sólo la persona puede ser sujeto cultural, capaz de valorar. En ese contexto la estructura del Derecho no es sino una expresión cultural cuyo fundamento está en la persona. Entiende el derecho como una concreción dinámica, en la que siendo objeto cultural, integra normativamente hechos según valores. En ese orden de ideas hecho (objeto natural), valores (culturalmente determinados) y norma (abstracción ideal) no tienen una existencia autónoma y diferenciada, sino que coexisten en la concreta unidad que es el Derecho.

El derecho pues no puede ser ajeno a los valores. Su estudio sistemático incorpora de modo creciente esta variable. Ello supone la existencia de nexos entre ética y derecho, pues comparten ambas disciplinas una inquietud por los valores y las conductas de las personas. En el caso del derecho para establecer cánones de obligatorio cumplimiento, en el de la ética para verificar la validez de un orden no necesariamente vinculante. Esta relación se manifiesta por igual en los más diversos ámbitos de actuación del hombre. En cada situación es posible esgrimir normas legales y presupuestos éticos. El ámbito propio del quehacer de los medios de comunicación no está exento de la influencia de estos dos sistemas, uno de control, dado su carácter compulsivo, otro de regulación dada su naturaleza voluntaria. Podríamos imaginar esta relación como círculos que se entrecruzan, creando un espacio común para ambos. No es extraño, por ello, que muchos contenidos propios de la ética periodística puedan encontrarse también incorporados en instrumentos del derecho positivo.

En ese orden de ideas podemos afirmar que la legislación sobre la prensa fue recogiendo, progresivamente, los principios éticos predominantes en cada circunstancia histórica. Con la aparición de los códigos deontológicos de la profesión esos principios fueron presentados de un modo más exhaustivo, pero ello no significa que no existieran con anterioridad. A partir de este juicio estudiamos, en el Capítulo V de esta tesis, la evolución de la legislación de la prensa en el Perú, que contenía ya, como veremos, muchos de los principios hoy universalmente recogidos en la deontología de la profesión.

### III.3. Principales teorías éticas

La moral ofrece orientación inmediata sobre cómo obrar. La ética, en cambio, no pretende orientar el comportamiento inmediato, sino explicar la razón del por qué hay moral. Estas explicaciones no han sido unánimes, generándose diferentes teorías éticas. Aunque todas ellas coinciden en la búsqueda del bien, la justicia, la verdad, la responsabilidad o la libertad, cada una responde a contextos diferentes, al mismo tiempo que ordena y sistematiza los conocimientos de modo diverso. Cada una, desde su particular perspectiva temporal y cultural, ha contribuido a iluminar complejos dilemas humanos. Nuestro propio estado de civilización es una prueba de la validez de

esta reflexión inagotable, iniciada por los helénicos y siempre en búsqueda, ante los nuevos desafíos que plantea hoy la convivencia humana.

Tampoco el modo de clasificar estas teorías éticas es unánime. Merrill, por ejemplo, ha dicho que cualquier persona que estudia la ética “puede darse cuenta que los autores clasifican los sistemas y teorías en distintas categorías... Hay, probablemente, tantas etiquetas para las teorías éticas como personas que discuten sobre ellas”<sup>184</sup>. Este autor incluye varios sistemas éticos en dos principales, que denomina ética pragmática y ética humanista. En el primero se ubica la postura atribuida a Machiavello, según la cual el fin es más importante que los medios<sup>185</sup>. En el segundo está presente el deseo de alcanzar la virtud e incluye la ética deontológica de Kant, la ética teleológica de Stuart Mill, la ética de situación de Fletcher, la ética existencial de Kierkegaard, Sartre, Camus, Nietzsche o Jaspers, entre otras corrientes.

Javier Darío Restrepo cree también que hay “tantas definiciones de ética como perspectivas de la vida” y presenta nueve escuelas éticas: los clásicos griegos (Sócrates, Platón y Aristóteles), los epicúreos y utilitaristas (Epicuro en siglo III a.C. y Bentham y Stuart Mill en el siglo XVIII), los estoicos (Zenón de Chipre, Epicteto, Séneca y Marco Aurelio), los neoplatónicos (sustentados en Platón y Plotino), kantianos (Kant), existencialistas (Nietzsche), marxistas (Marx), de los valores (Scheller) y dialógica (Habermas y Apel)<sup>186</sup>.

Porfirio Barroso, por su parte, presenta también una serie de teorías éticas, agrupadas en orden cronológico<sup>187</sup>. En esta breve presentación seguimos en lo sustancial la secuencia de Barroso, para señalar cada una de las teorías en su ubicación temporal. No es este el espacio para una revisión exhaustiva de cada una de ellas. Tampoco están recogidas aquí todas las corrientes posibles pues, como ha sido dicho, podría haber tantas como autores se ocupen de la materia. El propósito de hacer esta breve presentación es sólo descriptivo y busca, sobre todo, una mejor comprensión de

---

<sup>184</sup>.- MERRILL, John Calhoun (2007): *La Ética del Periodismo. Fundamentos filosóficos de los nuevos medios de información* (Traducido del inglés por Porfirio Barroso Asenjo). Quito. Universidad Técnica Particular de Loja, p. 98.

<sup>185</sup>.- En verdad el autor de *El Príncipe* nunca dijo de un modo explícito que el fin justifica los medios, aunque es posible deducir esa sentencia de sus consejos sobre la administración.

<sup>186</sup>.- Cfr. RESTREPO, Javier Darío (2006): *op. cit.*, pp. 15 y siguientes.

<sup>187</sup>.- Cfr. BARROSO ASENJO, Porfirio (2003): *op. cit.*, pp. 93-176.

los alcances de la ética y de sus diferentes implicaciones, especialmente para la ética periodística.

### III.3.1. Ética clásica

Se considera Ética clásica aquella cuya vigencia perduró desde la Grecia antigua hasta la Ilustración. Sus conceptos centrales fueron el bien, la felicidad y la virtud. Esgrimió una concepción de la naturaleza humana racional. La naturaleza humana fue concebida como un proceso, un proyecto a realizar a lo largo de la vida. El bien es la perfección de un ser y el movimiento hacia ella se hace libre y concientemente. El bien moral corresponde a la perfección de la naturaleza humana racional y libre. El bien es advertido por la razón práctica y hacia él orienta la conducta. La norma objetiva de todo orden moral es la perfección de la naturaleza humana y las exigencias de esta naturaleza se realizan mediante la observancia de la ley natural. Así la naturaleza es percibida como fuente del orden moral.

En Ética para Nicómaco, Aristóteles precisó que la ética es la obediencia a la propia naturaleza que, siendo la misma para todos los seres humanos, garantiza la universalidad de la ética con independencia de lo que cada persona considere ético. Todos deben igual obediencia a la misma naturaleza<sup>188</sup>. Las leyes de la naturaleza, al igual que ésta, son permanentes. La ley natural se basa en un principio primero y universal: hay que hacer el bien y evitar el mal. La ley natural es el fundamento de toda moral, y es previa a toda ley positiva, que sólo tendrá legitimidad por su correspondencia con la ley natural. Los individuos no la crean. Se limitan a interpretarla. Un acto humano será bueno en función de su conformidad con la recta razón y con la ley natural. La conciencia, en sentido moral, designa el conocimiento de nuestros deberes y los juicios sobre la bondad o maldad de nuestros actos.

La repetición de actos iguales crea hábitos y la virtud moral es un hábito bueno. Para Aristóteles la virtud es un hábito de elegir un término medio determinado por la razón, tal como lo fijaría el hombre prudente. El término medio es el punto equidistante

---

<sup>188</sup>.- Cfr. RESTREPO, Javier Darío (2006): *op. cit.*, p. 23.

entre dos extremos viciosos, sea por defecto o por exceso<sup>189</sup>. Platón dividió las virtudes morales en las cuatro cardinales o capitales: la prudencia, la justicia, la fortaleza o coraje moral y la templanza o equilibrio. Para los clásicos griegos el hombre orienta su vida hacia la felicidad, a la cual se llega a través de la virtud, es decir de una actitud de equilibrio equidistante de todo exceso.

La ética clásica se distingue de la moderna porque la cuestión central que intenta dilucidar es la búsqueda del bien, frente a la búsqueda del deber en la ética moderna que le sucede. Se produce así la oposición entre la virtud y las normas. La ética clásica se fundamentaba en el bien, la felicidad o la virtud, para obrar el bien y alcanzar la perfección. La ética moderna, en cambio, trata de identificar los deberes que ha de observar la persona, basándose en la norma y la responsabilidad. La primera fijaba su atención en las cualidades del sujeto para alcanzar la plenitud. La segunda se centra en la conformidad de las conductas respecto de las leyes, las normas y los deberes.

De la ética clásica podemos aprender las nociones más básicas del hacer el bien, del proceder virtuoso y de la búsqueda de la felicidad. Asimismo, la idea del equilibrio ante los excesos puede sugerir una actitud prudente y un ejercicio responsable en la profesión. Sin embargo, los desarrollos éticos posteriores aportan elementos mucho más concretos para delinear una ética periodística.

### III.3.2. Ética kantiana

La ética del deber de Kant, expuesta en el siglo XVIII, “no es impuesta desde fuera por el orden de la naturaleza”, según explica Restrepo, ni por la felicidad, por el placer o por Dios, “sino por el hombre mismo como legislador autónomo”. El valor moral surge en la voluntad humana y se perfecciona en el cumplimiento del deber como imperativo de la conciencia<sup>190</sup>.

En efecto, el ser racional, para Kant, se dicta a sí mismo los mandatos de la moralidad. Esto es la “autonomía del agente moral”. No cabe autoridad externa capaz de proporcionar un criterio de moralidad. Kant altera abruptamente la tradición moral

---

<sup>189</sup>.- Cfr. ARISTOTELES (1985): *Ética Nicomáquea. Ética eudemia*. Madrid, Gredos.

<sup>190</sup>.- Cfr. RESTREPO, Javier Darío (2006): *op. cit.*, p. 19.



mantenida desde Aristóteles hasta la Ilustración. Se propone implantar una moral del deber, en sustitución del bien y la virtud. La palabra “virtud”, dice, no expresa exactamente la bondad moral, sino que “significa más bien una fortaleza de ánimo en el dominio de uno mismo relativo a la intención moral”<sup>191</sup>. Admite la existencia de una conciencia moral ordinaria que no es privilegio de sabios, pues todos los hombres están llamados a ser morales y todos pueden conocer sus deberes. Lo que hay que investigar es qué es lo que convierte en “morales” a unas formas de comportamiento que todos percibimos como obligatorias.

El punto de partida de la ética es, según Kant, el que todos somos conscientes del deber de cumplir un conjunto de reglas, todos los seres humanos tenemos conciencia de ciertos mandatos que experimentamos como incondicionalmente obligatorios, como *imperativos categóricos*, que mandan hacer algo de forma incondicional, percibidos internamente como obligatorios, al servicio de la persona humana.

La ética kantiana usa el “método trascendental”, que considera la necesidad de dilucidar las condiciones para que un fenómeno sea racional, a lo que se llama “condiciones de posibilidad”. Kant destacó la existencia en el hombre de una conciencia moral, que nos impone deberes, más allá del beneficio que nos reporte su cumplimiento. Estos deberes son para Kant imperativos categóricos, que se imponen al individuo sin condiciones. Este individuo, además, asume que esos deberes deben ser cumplidos por todas las personas, universalizándolos.

En la moral kantiana importa la voluntad del individuo, en sus intenciones y no en sus consecuencias. Puede fracasar, pero si posee la voluntad de cumplir con su deber es un ser moral. La moralidad del agente es independiente de la utilidad de sus actos. El criterio de la moralidad es la intención y no los efectos. El único móvil de la buena voluntad es el cumplimiento del deber. Pero no basta el cumplimiento del deber para que la acción tenga valor moral. Alguien puede hacer lo que es su deber, pero por motivaciones diferentes: el provecho, el miedo, la recompensa u otras. Para Kant, se

---

<sup>191</sup>.- KANT, Immanuel (2002): *op. cit.*, p. 115.

actúa moralmente cuando la motivación es el cumplimiento de la ley moral, por sentido del deber<sup>192</sup>.

La autoconciencia del deber moral, del imperativo categórico al que alude Kant, puede tener aplicación en el campo de la ética periodística, en el que se rechaza toda ingerencia que vulnere la autonomía del informador. También la idea del deber tiene aplicación en nuestra ética. El principio de justicia inherente a las profesiones implica el otorgar a cada quien lo que le es debido. Ello incluye el deber de los medios de entregar información veraz al público.

### III.3.3. Ética marxista

Es posible referir también una ética marxista, que Restrepo ha descrito en los términos siguientes:

«También en el siglo XIX Carlos Marx planteó una ética fundada en la verdad de la praxis, o sea en hechos históricos como la producción, el trabajo, la acción o la eficacia histórica. A partir de esos hechos es posible hablar de bondad y verdad».

Y luego ha agregado:

«Los falsos ideales, como la ética de la burguesía, deshumanizan. En cambio, un hombre nuevo, resultado de esta ética, es una combinación de lucha, solidaridad y trabajo colectivo»<sup>193</sup>.

La ética marxista resulta así referida a un propósito bien determinado: el triunfo del proletariado sobre la burguesía y la construcción del socialismo y el comunismo. Será bueno y verdadero aquello que conduce al logro de tales objetivos. Por el contrario será deleznable cualquier comportamiento que se oponga a esa suerte de determinismo

---

<sup>192</sup>. - Cfr. BARROSO ASENJO, Porfirio (2003): *op. cit.*, pp. 103-104.

<sup>193</sup>. - RESTREPO, Javier Darío (2006): *op. cit.*, pp. 19 y 20.

histórico<sup>194</sup>. Esa ética ha sido esgrimida durante décadas en los países de la órbita soviética y ha justificado, en ocasiones, toda clase de tropelías contra cualquier atisbo de ejercicio de la libertad de prensa.

De la ética marxista será posible, sin embargo, rescatar su preocupación por los desposeídos. Ello podría tener, en términos de ética periodística, una lectura desde la solidaridad y la preocupación por los más débiles. Esa misma inquietud se desnaturaliza, en cambio, cuando se hace exclusivamente dependiente de un presupuesto ideológico: la construcción del comunismo.

#### III.3.4. Ética axiológica o ética de los valores

La ética axiológica surge de la desconfianza hacia el espíritu cientista, cuyo objetivismo no reconoce más valor que lo verificable. El término axiología proviene etimológicamente de *axios*, que alude a *estima*, *valor* y *aprecio*, y *logos*, que significa *ciencia*, *tratado*. En este sentido, el valor hace a una persona o cosa digna de aprecio.

Aunque los valores pueden ser de diferente orden —psíquicos, morales, religiosos, intelectuales, económicos, estéticos, entre otros— a la ética axiológica le interesa relevar el valor ético. Según Barroso el valor ético es el que hace buena a la persona. Esta calificación, relativa a la bondad, puede tener una connotación ética sólo si se refiere a la actividad consciente, voluntaria, responsable y libre del hombre, pues lo ético no es lo mismo que lo bueno. La valoración es un juicio sobre el valor de un objeto, acción o persona. La valoración ética, a su vez, es la atribución de valor a una acción, que se juzga aprobable o reprobable, es decir ética o antiética<sup>195</sup>.

Barroso ha planteado las diversas perspectivas con que es percibido el valor ético. Para Freud el valor ético sería sólo una sublimación de los instintos primarios, en especial de la libido. Para Nietzsche el valor ético sería el modo de disimular la impotencia, la cobardía y el resentimiento. No obstante, desde veredas opuestas se ha

---

<sup>194</sup>.- Cfr. MARX, Carlos, ENGELS, Federico *et al.* (1966): *Ética Marxista*. Buenos Aires, Ediciones Cartago. El libro presenta los aportes de pensadores materialistas, como Marx, Engels, Lenin y Gorki, entre otros. Pasa revista a los conceptos de justicia, bien y moral, entre otros tópicos.

<sup>195</sup>.- Cfr. BARROSO ASENJO, Porfirio (2003): *op. cit.*, pp. 113 y siguientes.

admitido frecuentemente la existencia del valor ético con su propia especificidad. Así, le han sido atribuidas diversas características.

Enrique López Castellón, por ejemplo, ha destacado las características del valor ético: un sentido personal; responsabilidad del hombre ante este valor; existencia de libertad; afectación de la esencia del ser personal; afectación de la conciencia; indispensabilidad; prestación de significado al castigo y a la recompensa; trascendencia, pues superan las limitaciones circunstanciales<sup>196</sup>. Uno de los exponentes de esta ética axiológica es el filósofo alemán Max Scheller (1874-1928). Él centró lo ético en los valores, de modo tal que sería bueno cuanto los realiza, y malo aquello que los impide. El valor sería un ideal o cualidad objetiva<sup>197</sup>.

La sola idea de la existencia de valores, ideales o cualidades que conducen hacia la perfección, puede ser ya una contribución a la ética periodística, desafiando la conciencia del informador para la búsqueda de esos valores en su propia actividad. La negación que hace esta corriente del espíritu cientista de fines del siglo XIX y principios del XX, puede inspirar también la búsqueda de un cierto equilibrio entre lo objetivo y el juicio sobre sus cualidades intrínsecas, de modo que no toda verdad, por objetiva que sea, es digna de ser ofrecida en los medios, sino sólo aquella que realiza altos valores, en beneficio del legítimo interés público.

### III.3.5. Ética existencialista

Nietzsche (1844-1900) es uno de los exponentes de la ética existencialista, aunque ésta muestra diversidad de variantes. Este autor se preguntó por las fuerzas capaces de ordenar el caos y encontró en la voluntad de poder la fuente del orden. Esa voluntad de poder surgiría del choque entre débiles y poderosos que da origen a una raza superior<sup>198</sup>. La ética existencialista de Nietzsche tendría su sustento en la vocación de poder. El supremo bien estaría en el orden. Esta regla del poder y del orden ha terminado siendo la coartada de regímenes totalitarios para justificar sus excesos. El régimen nazi, en cuyo proyecto milenarista se propugnaba la supremacía de un hombre

---

<sup>196</sup>.- Cfr. LÓPEZ CASTELLÓN, Enrique (1978): “Fundamentación de la Ética”. En *Suplemento al Diccionario Enciclopédico de Teología Moral*. Madrid, Paulinas, pp. 1334-1335.

<sup>197</sup>.- Cfr. RESTREPO, Javier Darío (2006): *op. cit.*, p. 20.

<sup>198</sup>.- Cfr. *Ibidem*, p. 19.

nuevo, puede ser un buen ejemplo de una aplicación extremista de la ética del súper hombre de Nietzsche<sup>199</sup>.

Otro autor existencialista, el francés Jean Paul Sartre (1905-1980), representó otra corriente existencialista, sustentada en la idea de libertad absoluta, que permite la creación de valores propios para la concreta situación presente, más allá de cualquier abstracción<sup>200</sup>.

Una causa de la aparición de esta corriente ética puede hallarse en la cultura de masas que caracterizó la sociedad del siglo XX, que afectó la individualidad de cada persona, limitándola al papel de mero engranaje en un complejo sistema productivo. La filosofía existencialista se levantó contra ese fenómeno, afirmando los valores del individuo frente a la masa.

La ética existencialista, a nuestro juicio, sólo aporta a la ética periodística su idea de libertad, aunque ella deba ser moderada por otros valores expresados por otras corrientes éticas. Puede encontrarse también en el existencialismo una afirmación humanista: la supremacía del hombre sobre la masa. Pero se trata de un humanismo antropocéntrico, que será superado por las corrientes personalistas.

### III.3.6. Ética personalista

John Merrill se ha referido a la ética personalista aludiendo a su subjetividad y su carácter no racional.

«Incluirían actos que son intuitivos, espirituales o emotivos, basados principalmente en un tipo de sentimiento o idea de naturaleza más trascendental. Las acciones éticas derivadas de estas ideas personales se relacionarían con lo que llamamos normalmente conciencia. Una pequeña voz interior, sin

---

<sup>199</sup>.- Esta idea puede hallarse, entre otras obras, en NIETZSCHE, Friedrich (1983): *El Anticristo*. México, Editores Mexicanos Unidos. También en NIETZSCHE, Friedrich (1992): *Así habló Zaratustra*. Barcelona, Planeta Agostini.

<sup>200</sup>.- Cfr. SARTRE, Jean Paul (1996): *El existencialismo es un humanismo*. Madrid, Santillana.

asociación con una determinación racional, proporcionaría las respuestas a las cuestiones éticas»<sup>201</sup>.

La ética personalista, según el autor citado, se sustenta en el sentido moral, que es el acicate para las rectas acciones. Ese sentido es intuitivo y profundamente vivido. Para el moralista cristiano este sentido ético es dirigido por el amor. Suances Marcos ha estudiado las propuestas del filósofo católico alemán Max Scheler (1874-1928) y ha concluido, en su interpretación, que todo acto moral realiza un valor que pertenece y es manifestación de una persona, verdadero soporte de los valores morales. En la noción de persona, respecto de la moralidad, encuentra dos puntos importantes: la objetividad del bien y del valor moral y la subjetividad con que los valores son aprehendidos por cada uno<sup>202</sup>. El autor destaca dos planos. Uno objetivo y universalmente válido, que es el de los valores, y otro subjetivo que alude a la forma de vivir y apropiarse de esos valores.

El personalismo de Scheler considera que la persona descubre los valores morales en el amor, que nos extrae de nosotros mismos para acercarnos a los demás seres y participar en sus vidas<sup>203</sup>.

El personalismo, que sitúa a la persona en el centro de las preocupaciones sociales y que sustenta su acción en el amor, puede sin duda contribuir a moldear la conciencia ética del periodista, impregnando en él esos altos valores. Esta donación de la persona hacia los demás, signada por el amor al prójimo, permite la superación de una concepción del hombre centrada en sí mismo, sin relación y sin compromiso con los otros. Este compromiso puede traducirse en la ética periodística como responsabilidad hacia la comunidad. El periodista ha de ser partícipe de la suerte de su prójimo, desde su particular empeño profesional.

---

<sup>201</sup>.- MERRIL, John Calhoun (2007): *op. cit.*, p. 112.

<sup>202</sup>.- Cfr. SUANCES MARCOS, Manuel A. (1976): *Max Scheler. Principios de una ética personalista*. Barcelona, Herder, p. 169.

<sup>203</sup>.- Cfr. SCHELER, Max (2001): *Ética: nuevo ensayo de fundamentación de un personalismo ético*. Madrid, Caparrós.

### III.3.7. Ética de situación

La ética de situación debe su origen a la ética existencialista, en cuanto enarbola la libertad absoluta con Jean Paul Sartre. Es también una reacción ante la ética cristiana. Se ha vinculado también el inicio de esta corriente ética con la situación generada tras las dos grandes guerras mundiales y los dilemas éticos que debieron ser enfrentados: cooperación con el invasor, tensión entre nacionalismo y patriotismo, el mercado negro, represalias, entre otros. Todo ello creó la convicción de la insuficiencia de la moral tradicional para enfrentar los dilemas humanos modernos<sup>204</sup>.

Porfirio Barroso ha adjudicado el origen de esta postura ética a las condiciones actuales de la vida, marcadas por el pluralismo, los cambios sociales, la influencia de los medios de comunicación, la crisis de los valores, el relativismo y la confusión. Asimismo, ha destacado como causas de la ética de situación al laxismo, es decir la moral relajada, opuesta a la moral escrupulosa; al existencialismo, que proclama la libertad absoluta del hombre; y al marxismo, que se centra en situaciones sociales y económicas<sup>205</sup>.

El teólogo jesuita Manuel Cuyás ha dado una definición de ética de situación que conviene citar:

«La ética de situación, en efecto, no es una doctrina ni un sistema; es una actitud existencial frente a las situaciones morales de vida. Y no podrá ser nunca otra cosa; su reducción a principios contradiría su más íntima convicción: la ineptitud de todo concepto o formulación universal para reflejar la realidad»<sup>206</sup>.

Esteban Pérez Delgado señala tres características en la ética de situación: facticidad, unicidad o irrepetibilidad y variabilidad. La primera indica que la situación precede a la acción: antes de obrar estamos ya “en situación”. La segunda significa que

---

<sup>204</sup>.- Cfr. PÉREZ DELGADO, Esteban (1973): “*Perfiles cristianos de la ética de situación*”. En *Pentecostés*, vol. XI, pp. 293-318. Ver p. 295.

<sup>205</sup>.- Cfr. BARROSO ASENJO, Porfirio (2003): *op. cit.*, pp. 134 y siguientes.

<sup>206</sup>.- CUYÁS, Manuel (1974): “*La ética de situación, sus causas y aportaciones positivas*”. En *Anales de Moral Social y Económica*, N° 35, p. 24.

la situación es válida sólo para una persona y para una vez en la vida. La tercera refiere que la situación está sometida a una constante mutabilidad<sup>207</sup>.

La ética de situación niega principios morales de validez universal, pues no serían útiles para la regulación de los actos morales, que se definen en concretas situaciones. Si no hay leyes universales capaces de regular el acto moral, entonces es la conciencia individual la que se yergue en juzgadora absoluta de lo moral. Así se impone el relativismo, según el cual cada hombre juzga la moralidad de sus acciones en función de su propia conciencia. Ello conlleva el ejercicio pleno de la responsabilidad personal, al margen de normas y preconceptos.

Barroso ha considerado que la ética de situación en su forma radical es inadmisable, pues se reduce a un relativismo absoluto. En la ética de situación sólo queda en pie la intuición personal del individuo frente a cada situación. Es una ética subjetivista, que ignora las exigencias de la ley natural, de la verdad moral objetiva que ilumina la conciencia. Admite Barroso, sin embargo, una forma mitigada, válida y admisible, cuando se considera que la norma de moralidad es la recta razón.

Así, por ejemplo, aunque los partidarios de la ética de situación consideran que el fin justifica los medios, muchos no hacen de ello una ley universal. El norteamericano Joseph Fletcher (1905-1991) dice al respecto lo siguiente:

«Claro está que no todos los pretendidos fines justifican todos los medios al uso. Nosotros sólo decimos que ciertos fines justifican ciertos medios: ningún situacionista pretenderá convertir esta afirmación en un juicio universal»<sup>208</sup>.

Con estas prevenciones, la ética de situación puede aportar a la ética periodística una comprensión de la conveniencia de valorar el contexto, las circunstancias concretas, en que debe formarse un juicio ético ante un hecho noticioso, más allá de dogmas inmovibles.

---

<sup>207</sup>.- Cfr. PÉREZ DELGADO, Esteban (1973): *op.cit.*, p. 295.

<sup>208</sup>.- FLETCHER, Joseph (1970): *Ética de Situación*. Barcelona, Ariel, p. 183



### III.3.8. Ética anarquista

La doctrina de Bakunin ha defendido la plena libertad del hombre y la eliminación de toda barrera para su ejercicio. Aunque, como dice Merrill, es verdad que los anarquistas contemporáneos, pese a estar muy cerca de defender la libertad absoluta, están dispuesto a aceptar algunos límites<sup>209</sup>.

La tesis fundamental del anarquismo es la negación de todas las formas de gobierno y de todos los sistemas normativos, en tanto limitan la libertad natural del individuo. Sustentan sus postulados en una actitud crítica de la sociedad y de sus instituciones políticas y religiosas, y de una moral que juzga hipócrita. Contrariamente exalta la libertad del hombre y confía en una suerte de fraternidad y solidaridad espontáneas en las personas.

La ética anarquista no constituye un sistema de ideas y valores teóricos, sino un principio que considera intereses colectivos y universales. Alude a la necesidad de coherencia entre la conducta y los principios, entre los medios y los fines. Si el propósito final del anarquismo es la libertad del individuo, la lucha por este objetivo debe hacerse en libertad. Este postulado conlleva el respeto mutuo y una cierta apertura a la tolerancia, en mérito a la libertad del otro.

Aunque no encontramos aporte de la ética anarquista a favor de la ética periodística, es posible admitir que la noción de libertad que está en su base puede relacionarse con la doctrina sobre las libertades de expresión e información, que a su vez dan sustento a toda la reflexión ética sobre el ejercicio de la profesión. La coherencia entre los ideales y la conducta y el respeto por la libertad ajena pueden ser también elementos que, fuera del contexto de las luchas anarquistas, pueden contribuir a un mayor desarrollo de la ética periodística.

---

<sup>209</sup> .- Cfr. MERRILL, John Calhoun (2007): *op. cit.*, p. 140.

### III.3.9. Ética comunicativa o ética dialógica

Nos hemos ocupado ya con amplitud de la Teoría de la Acción Comunicativa, encabezada por los filósofos alemanes Jürgen Habermas y Karl Otto Apel, en el Capítulo II de esta tesis al sentar las bases de la relación entre la teoría de la comunicación y la Ética. Bástenos en este apartado sintetizar el núcleo de esta corriente ética en palabras de Javier Darío Restrepo:

«Habermas y Otto Apel en la segunda mitad del siglo XX promovieron una ética civil que se adopta libremente a partir del descubrimiento de los valores comunes que logra el diálogo. Fundados en la autonomía de la persona y en la igualdad de todos los humanos, indicaron el camino del diálogo como un procedimiento para llegar a un ética universal»<sup>210</sup>.

Esta ética dialógica, que aspira al consenso universal mediante la acción comunicativa, puede sin embargo ser una quimera, una aspiración ideal de muy difícil concreción. Adela Cortina se muestra por ello partidaria de una ética de mínimos que, cuando menos, respete las reglas de validez propuestas por esta teoría, relativas a la igualdad de los interlocutores en la construcción del consenso. Ella ha reflexionado sobre la felicidad como fin último de la ética y ha concluido en la imposibilidad de discernir en qué consiste ésta, al punto de justificar el abandono de esta cuestión, vital en la reflexión filosófica, y centrarse en algunos mínimos alcanzables.

«Por eso —ha dicho— algunos éticos nos hemos refugiado humildemente en una ética de mínimos, y nos limitamos a decir a nuestros oyentes y lectores: al decidir las normas que en su sociedad van a regular la convivencia, tenga en cuenta los intereses de todos los afectados en pie de igualdad, y no se conforme con los pactos fácticos, que están previamente manipulados, y en los que no gozan todos del mismo nivel material y cultural ni de la misma información; porque —por decirlo con John Rawls— usted está convencido de la igualdad humana cuando habla en serio sobre la justicia; o cuando ejecuta actos de habla

---

<sup>210</sup> .- RESTREPO, Javier Darío (2006): *op. cit.*, p. 20.

con sentido, por decirlo con la ética discursiva; haga, pues, del respeto a la igualdad una forma de discurso normativo y de vida»<sup>211</sup>.

Cortina supone que lo racional sería decidir por unanimidad y que la regla de mayorías es el mal menor, frente al cual hay que potenciar el momento anterior a la toma de decisiones, el de la información, el diálogo y la libre exposición de argumentos. Se trata, en definitiva, del cultivo de la actitud dialógica y el desarrollo de capacidades para el reconocimiento de todos los posibles interlocutores, es decir de todos los afectados por las decisiones a adoptarse.

Mónica Codina ha contestado el planteamiento de la ética de mínimos, que considera falaz. La ética pública sería sólo un mínimo de normas exigibles, pactables o reconocibles<sup>212</sup> y por ello poco probables las posibilidades ciertas de consenso. Es por esta ausencia de consensos que los medios de comunicación estarían buscando la forma de autorregularse, lo cual se corresponde con la autonomía del hombre moderno, es decir de aquel que se da las normas a sí mismo. Si ser ético es someterse a un proceso de autorregulación libre, la dimensión ética de la vida quedaría profundamente empequeñecida, al punto que se trataría sólo de limitar los alcances de las propias acciones para “no ir demasiado lejos”. Codina afirma que la única garantía de una conducta ética es el compromiso personal con la verdad, lo cual exige un compromiso interior, capaz de reconocer el sentido último de la propia acción.

Barroso ha mostrado también la relación entre la ética dialógica y la actividad periodística, pero su visión es más optimista que la de Codina. Él afirma que la ética del discurso tiene mucho que decir acerca de las actitudes que han de tener los periodistas para conducirse éticamente. Al respecto, ha recordado que los fines de la actividad informativa son ofrecer al público una imagen de los múltiples aspectos del mundo que por sí mismo no puede percibir, al mismo tiempo que servir de foro para debates sobre temas que requieren un consenso de la población.

---

<sup>211</sup>.- CORTINA, Adela (2000): *op. cit.*, pp. 286-287.

<sup>212</sup>.- Cfr. CODINA, Mónica (2001): “Una ética para la profesión”. En CODINA, Mónica (editora): *De la ética desprotegida. Ensayos sobre deontología de la comunicación*. Pamplona, EUNSA, pp. 16 y siguientes.

Aunque Barroso admite que la acción comunicativa entre hablante y oyente no es igual a la que se produce entre un medio de comunicación y su público —dado que el medio no se dirige a un solo interlocutor, sino a un público heterogéneo, cuya capacidad de cuestionar la información o la opinión recibida es limitada, y a que la finalidad de la empresa es obtener el máximo beneficio, lo cual afecta la libertad del periodista—, existen a su juicio dos factores que hacen necesario aplicar la actitud dialógica al ámbito de la información: una semejanza suficiente entre la acción comunicativa interpersonal y la mediática y la tarea de los medios de comunicación en materia de fomento del diálogo entre los ciudadanos para la formación de una opinión pública crítica e informada. En ese sentido, propone que la acción comunicativa mediática acepte que los públicos son interlocutores válidos. Cada persona es en sí misma valiosa y nadie está legitimado para instrumentalizarla en beneficio propio. A esto Barroso lo llama principio de no instrumentalización. De igual forma, a su juicio, el periodista ha de mantener las cuatro pretensiones de validez del habla, propias de la ética discursiva: inteligibilidad, veracidad, verdad y corrección.

De la ética comunicativa o dialógica se desprenden una serie de posibles aplicaciones en la ética periodística. La más obvia y trascendente tiene relación con la responsabilidad de los medios de constituirse en plataforma para la participación simétrica de los actores sociales en la búsqueda del consenso. En términos de la deontología periodística a eso le llamaríamos pluralismo informativo. Además, será necesario propiciar una relación igualmente simétrica entre los medios y sus públicos, de modo que nadie asuma la convicción de que es poseedor de la verdad y que, por ello, no necesita escuchar la opinión de los demás. Los medios deben pues atender a la opinión de sus públicos. De igual forma los medios deben adoptar una actitud abierta y tolerante hacia los argumentos contrarios a su línea editorial, pues desde la perspectiva dialógica no se busca la imposición del propio criterio, sino el consenso sobre la base de la apertura a las razones del interlocutor.

### III.3.10. Ética de la responsabilidad indefinida.

En las éticas clásicas lo bueno y lo malo se definían en el entorno más inmediato, tanto desde el punto de vista espacial como temporal. La valoración moral sobre las intenciones, los objetivos, los medios y las consecuencias de la acción del

hombre se limitaban hasta ahora a lo calculable. Hoy el actuar humano a través de las nuevas tecnologías trae consigo efectos no previstos, que pueden incluso ocurrir fuera del espacio y el tiempo común de quien actúa y quienes son afectados por las repercusiones<sup>213</sup>.

El hombre posee hoy el poder para destruir el planeta, dañar las condiciones de vida futuras, alterar su propio código genético, o influir de modo determinante en las conductas, a través de los medios de comunicación. Ello demanda la asunción de nuevas exigencias éticas, de otras formas de regular sus acciones, de una mayor responsabilidad ante el desafío que comportan sus actos. En tal sentido, esta corriente, impulsada por el filósofo alemán Hans Jonas (1903-1993), plantea nuevas formulaciones del imperativo categórico de Kant, abiertas a un futuro previsible. El obrar en función de la integridad futura del ser humano se convierte en *responsabilidad indefinida*. A diferencia del concepto clásico de responsabilidad, que respondía sobre las consecuencias de las acciones humanas, determinadas *post facto*, esta nueva forma de responsabilidad no mira lo que se hizo, sino lo que se va a hacer, en relación con sus efectos lejanos e indirectos<sup>214</sup>.

Algunas características de la responsabilidad indefinida son: la conciencia de que las responsabilidades del presente proceden del futuro, la obligación de preservar en el tiempo la vida humana; su carácter indefinido, pues no se pueden vislumbrar con precisión los impactos mediatos de las acciones del presente; la ausencia de reciprocidad, pues los beneficiarios del futuro aún no existen; el carácter común de la responsabilidad, que alcanza a todos los individuos; su sentido preventivo, ya que busca anticiparse a los posibles daños y consecuencias y; la naturaleza política de la responsabilidad, que no se limita a la persona individualmente considerada sino que trasciende al conjunto de la sociedad, pues está en juego el destino de la humanidad. En este contexto el saber sobre las consecuencias de nuestras acciones es asumido como un deber ético insoslayable.

---

<sup>213</sup>.- Cfr. BARROSO ASENJO, Porfirio (2003): *op. cit.*, pp. 170 y siguientes.

<sup>214</sup>.- Cfr. JONAS, Hans (1984): *The imperative of responsibility: in search of an ethics for the technological age*. Chicago. The University of Chicago Press.

Esta ética es una invitación a la reflexión sobre los efectos no deseados e imprevistos, para descubrirlos y evitarlos. No tiene un carácter normativo, sino reflexivo y de autorregulación, que enlaza perfectamente con las necesidades éticas de la actividad periodística. De modo especial, desde esta perspectiva, puede alentarse en la ética periodística el reconocimiento de ciertos valores hasta ahora un tanto desatendidos, como el del cuidado del medio ambiente y de los recursos naturales no renovables, que patentizan de un modo muy nítido la responsabilidad indefinida.

#### III.4. Ética profesional.

La revisión de las teorías éticas precedentes nos aporta un conjunto de elementos que han contribuido a delinear la ética profesional y, más particularmente, la que corresponde al periodismo. En este apartado procuramos esclarecer la naturaleza de las profesiones, las relaciones entre la ética y las profesiones, el carácter aplicado de la ética profesional, y los factores que la distinguen.

##### III.4.1. Naturaleza de la profesión

Antonio Peinador define la profesión como “la aplicación ordenada y racional de parte de la actividad del hombre al conseguimiento de cualquiera de los fines inmediatos y fundamentales de la vida humana”. Desde este punto de mira, no alcanza la categoría de profesión el mero ejercicio de una actividad con un propósito de compensación material, sino que se le exige, también, el servicio a los fines fundamentales de la vida del hombre. No a cualquier servicio se le puede asignar la condición de profesión, sino sólo a aquellos que obedecen a fines verdaderamente humanos. La profesión trasciende así la ayuda privada y se convierte en una necesidad para el bien común. El carácter profesional, desde esta perspectiva, está siempre en relación con el conjunto de la humanidad y el servicio a sus fines últimos. El profesional es una persona al servicio de los demás, cuya actuación alcanza un carácter público. Esta relación con la sociedad crea derechos y obligaciones mutuas, de donde surge la responsabilidad moral y civil del profesional<sup>215</sup>.

---

<sup>215</sup>.- Cfr. PEINADOR NAVARRO, Antonio (1969): *Tratado de Moral Profesional*. Madrid, BAC, pp. 1 y siguientes.

Deborah Johnson piensa que considerar a los profesionales sólo como individuos que pueden afectar a otros individuos no ayuda a comprender su situación como profesionales. Este rol particular trae consigo derechos, poderes e incluso privilegios, que determinan una capacidad de influir en el mundo, lo cual conlleva, como contraparte, responsabilidades particulares, que constituyen la ética del profesional. Algunas características son propias de las profesiones: dominio de un cuerpo valioso de conocimientos, amplio margen de autonomía, existencia de organizaciones que controlan la admisión a la profesión y una función social relevante. Todas ellas refuerzan la idea de una mayor responsabilidad del profesional<sup>216</sup>.

También Adela Cortina se ha referido a los alcances de la actividad profesional, que trasciende el propósito económico de garantizar la subsistencia de quien la ejerce, al plantear metas para sí misma: el cuidado de la salud de los pacientes, la información de los ciudadanos o el progreso científico. La profesión supera también la noción de individualidad del profesional, en tanto es practicada por conjuntos de personas con un sentido de identidad y pertenencia, que fortalece las redes sociales y potencia la capacidad de emulación de las virtudes y con ello el reconocimiento de los pares y del conjunto de la sociedad. La autora ha destacado un cierto *ethos* profesional, caracterizado desde un inicio por el servicio a los demás, como ocurrió con las primeras profesiones: el cuidado del alma (sacerdotes), el cuidado del cuerpo (médicos), el cuidado de la relación social (juristas). Un imperativo divino imponía el cumplimiento de un deber de servicio hacia los demás, realizando así la voluntad de Dios. “El buen profesional trabaja más que para sí mismo, para la comunidad”<sup>217</sup>.

Este servicio a los demás en el ejercicio de una determinada profesión o actividad reclama un cierto compromiso con ella, que proviene de la vocación. Esta palabra, en su origen etimológico, deriva del término latino *vox*. Se alude así a la voz

---

<sup>216</sup>.- Las responsabilidades éticas de los profesionales se producen, según la autora, en cuatro órdenes distintos: respecto de sus empleadores, de sus clientes, de la sociedad y de sus pares en la profesión. En ocasiones, sin embargo, estos órdenes pueden entrar en conflicto. ¿Debe preferirse el interés de la empresa o el de la sociedad? ¿Debe privilegiarse el derecho de un cliente o el del gremio profesional? Sobre estos particulares puede consultarse en JOHNSON, Deborah B. (1996): *Ética Informática* (traducción de Porfirio Barroso). Madrid, Universidad Complutense de Madrid, pp. 59-79.

<sup>217</sup>.- CORTINA, Adela (2000): “*El sentido de las profesiones*”. En CORTINA, Adela y CONILL, Jesús (directores): *10 palabras claves en ética de las profesiones*. Estella (Navarra), Verbo Divino, pp. 13-28. La cita textual está tomada de la p. 19.

interior, que convoca al ejercicio de una determinada actividad. “Este yo es la vocación, que es estrictamente individual e intransferible. La vocación es el fondo de la vida humana y puede ser identificada con el quehacer”<sup>218</sup>. Para que esta vocación sea legítima se requiere, sin duda, de aptitud, entendida como un talento o habilidad especial, y capacidad intelectual suficiente.

El responder positivamente al llamado, a la vocación profesional, implica desde nuestro punto de vista una cierta responsabilidad social. Las expectativas de la sociedad sobre la conducta del profesional son altas. Se espera de él una ética de servicio, que prevalezca sobre el interés propio. El ejercicio de una profesión implica competencia técnica, pero también moral.

El acceso a la profesionalización es además, en los países en desarrollo, un claro privilegio. No toda la población posee las mismas oportunidades de ingreso a las universidades y a la posición de preeminencia social que otorga la culminación de ese tipo de estudios. Esta circunstancia comporta también una obligación de reciprocidad con la sociedad, que invierte recursos materiales en sus jóvenes más destacados para capacitarlos. El profesional debe retribuir el esfuerzo de la comunidad con su trabajo diligente y comprometido con el bienestar de las personas.

#### III.4.2. La ética y las profesiones

La profesión surge cuando aparece la organización y la división del trabajo. Tiene un sentido de servicio a la sociedad, más allá de la legítima retribución por el trabajo realizado. Estos dos elementos, servicio y beneficio, son los que en definitiva plantean la necesidad de una ética profesional, que equilibre el beneficio por la actividad especializada con el compromiso de servicio que impone su naturaleza. En caso de conflicto entre ambos, entre la profesión y el deber moral, debe prevalecer el segundo sobre el primero<sup>219</sup>. Así, el sentido moral de una profesión queda enraizado,

---

<sup>218</sup>.- BARROSO, Porfirio (2007): *op. cit.*, p. 34.

<sup>219</sup>.- «El principio de la subordinación de la profesión a la moral es fundamental —explica Barroso—. La jerarquía de los valores humanos exige que, en caso de conflicto entre actividad profesional y la moral, ésta debe prevalecer sobre aquélla; lo contrario equivaldría a una subversión de valores humanos, absolutamente inaceptable». *Ibidem*, p. 22.



precisamente, en el carácter de servicio, que le es propio a toda profesión. Ello exige la regulación de su ejercicio por las normas éticas.

La relación entre ética y profesión es explicada también a partir del ascenso de una determinada actividad a la condición de profesión, lo cual está sustentado en una acumulación de investigación científica que lleva la actividad del espacio propio del sentido común a un nivel de control de la naturaleza, privativo de expertos. Establecida una profesión, surge con ella una ética profesional. Así habría ocurrido por ejemplo en los Estados Unidos, donde la ética ha sido un fértil subcampo de la investigación de la comunicación. Este “ethos de profesionalismo” sería también una característica del ascenso de las clases medias en las sociedades técnicas modernas. La profesionalización otorga un estatus social y político a elementos de las clases medias, en contraposición a las profesiones más tradicionales, sustentadas en lazos familiares y en privilegios sociales<sup>220</sup>.

Podemos concluir en este punto en la existencia de un nexo entre ética y profesión, que está dado a nuestro parecer por dos razones. La primera es la posición de supremacía social del profesional que, por su propia naturaleza, no puede ser utilizada en desmedro del conjunto de la sociedad, sino que por el contrario establece obligaciones para con ella. La segunda guarda relación con la necesidad de legitimación de las profesiones. Si éstas son también una expresión del ascenso de las clases medias frente a los privilegios sociales tradicionales, obtenidos por la pertenencia a un determinado estrato social o económico, entonces los profesionales deben alcanzar el respeto de la sociedad por el beneficio tangible del servicio que ofrecen a la sociedad. Si las castas más tradicionales se legitimaban por argumentos de honor y caballería, las profesiones debían hacerlo también por un elevado espíritu de servicio.

#### III.4.3. La ética profesional como ética aplicada

Para comprender mejor la ubicación de la ética profesional, en el conjunto de la ética, es necesario hacer una aproximación a la noción de ética aplicada. Es verdad que

---

<sup>220</sup>.- Cfr. WHITE, Robert (1988): *op. cit.*, pp. 81 y siguientes.

a la ética no le corresponde orientar la conducta inmediata de las personas. Esa es tarea de la moral. Pero tampoco puede ser un saber puramente filosófico, sin consecuencias en la vida práctica de los individuos. La ética debe dilucidar en qué consiste la moral, dando razones para su existencia y debe, además, intentar una aplicación de los principios éticos a los distintos ámbitos de la vida cotidiana<sup>221</sup>. Es desde esta última función que la ética puede proponer los principios hallados como válidos en diferentes ámbitos de actividad.

La moral profesional es una aplicación de los principios morales a la profesión o, mejor aún, al profesional. Se trata de un mismo patrimonio moral común, aplicado al matiz particular de cada profesión<sup>222</sup>. La diferente nomenclatura entre filosofía moral y ética profesional no implica ninguna diferencia de moral, pues ésta es una sola, que “desemboca en la vida, o no sirve para nada”<sup>223</sup>.

Siguiendo a Karl Otto Apel, Cortina señala que hay una parte A de la ética, orientada a la fundamentación, que permite el descubrimiento del principio ético ideal, y una parte B, dirigida hacia la responsabilidad, donde se valoran las condiciones concretas de aplicación del principio y sus consecuencias. La autora, en definitiva, considera la ética aplicada como una suerte de ética cívica, que se expresa en los más diversos ámbitos de la vida social, siendo el resultado de un proceso “inductivo” por el que se configura “a partir de los valores surgidos de las distintas actividades”, y de un proceso “deductivo”, donde “los principios y valores comunes a una sociedad democrática se aplican a las distintas dimensiones sociales”<sup>224</sup>. De ese doble proceso surge, a juicio de Cortina, la esperanza de una democracia auténtica, o “radical”, como ella la denomina.

Esta ética no se limita, sin embargo, a la aplicación mecánica de unos principios. En cada situación es necesario hacer un juicio prudencial, que implica el análisis de los hechos, la valoración del problema, el establecimiento de criterios de

---

<sup>221</sup>.- Cfr. CORTINA, Adela (1997): *op. cit.*, p. 164.

<sup>222</sup>.- Cfr. PEINADOR NAVARRO, Antonio (1969): *op. cit.*, p. 1.

<sup>223</sup>.- MENÉNDEZ, Aquiles (1977): *Ética Profesional*. México, Herrero Hermanos, décima edición, p. 11.

<sup>224</sup>.- CORTINA, Adela (1997): *op. cit.*, p. 177.

decisión, la formulación de alternativas y de sus consecuencias. Luego vendrán una toma de decisión y la correspondiente elaboración y ejecución de un plan de acción<sup>225</sup>.

Menéndez ha distinguido los alcances de la ética profesional desde el orden especulativo y el orden práctico. En el primer caso analiza los principios fundamentales de la moral individual y social y los pone en relación con los deberes profesionales. En el segundo evalúa las conveniencias y las consecuencias de las relaciones entre los profesionales y sus clientes<sup>226</sup>.

Esta aplicación de los principios éticos a la actividad profesional puede traducirse en principios específicos para las profesiones. Tradicionalmente las profesiones más relevantes fueron las de médico, juez y sacerdote, de ahí que una de las primeras éticas profesionales haya sido la de los médicos, en la que suele hablarse de cuatro principios éticos: beneficencia, no maleficencia, autonomía y justicia, que son ya parte de la ética de las profesiones<sup>227</sup>. El *principio de beneficencia* alude a un aspecto interno: la obligación de hacer bien lo que se hace y con el buen propósito de servir a las personas. También hace referencia a un aspecto externo, que implica la compensación por el servicio prestado y el reconocimiento social que ello impone. Sin embargo, debe primar el aspecto interno sobre el externo, bajo riesgo de caer en la corrupción de este principio. El *principio de no maleficencia* es como la otra cara de la misma moneda. Se trata de no hacer daño. El conocimiento profesional especializado no puede nunca ser instrumento para causar el mal. El *principio de autonomía* hace referencia a la intencionalidad de los actos propios, al conocimiento con que se ejecutan, a la ausencia de controles externos —tales como la coerción, la manipulación o la persuasión— y a su autenticidad, es decir a su conformidad con el sistema de valores propio del profesional. Finalmente, el *principio de justicia*, que consiste en dar a cada uno lo suyo, puede traducirse en el ámbito de las profesiones como el cumplimiento de las funciones propias de la profesión aportando a la sociedad lo que le es debido. A los principios citados Echaniz y Pagola han sumado en el campo de la ética periodística el *principio de responsabilidad*, que guarda relación con el creciente poder de los medios. Cuanto más se acrecienta la capacidad de influencia social de los

---

<sup>225</sup>.- Cfr. ARGANDOÑA, Antonio (1999): *op. cit.*

<sup>226</sup>.- Cfr. MENÉNDEZ, Aquiles (1977): *op. cit.*, pp. 14 y siguientes.

<sup>227</sup>.- Cfr. ECHANIZ, Arantza y PAGOLA, Juan (2004): *Ética del profesional de la comunicación*. Bilbao, Desclée, pp. 76-77.

medios, mayor será la responsabilidad de sus operadores<sup>228</sup>. Sobre este concepto volveremos de modo recurrente, pues es una constante en el estudio de la ética periodística.

Todos estos principios propios de las profesiones, sin embargo, creemos que necesitan de una adecuada interacción entre los mismos, pues carecen de sentido aislados el uno del otro. No dependen tampoco de la exclusiva voluntad de los profesionales, sino que requieren de un marco jurídico y de un reconocimiento social que permita su plena aplicación. Exigen además, en cada especialidad profesional, de criterios particulares para su aplicación. Los principios, siendo elementos fundantes de toda ética, no bastan para su plena aplicación. Se requiere de criterios que puedan mediar entre la altura de los principios y las variadas realidades que han de iluminar.

#### III.4.4. Características de la ética profesional

Es posible hallar también algunas características de la ética profesional. White ha descrito un conjunto de estas. La *primera* es que casi todas las profesiones tienden a desarrollar algún tipo de código formal, como sucedió en los Estados Unidos entre 1900 y 1930 en el campo del periodismo. La *segunda* es la asociación que se cree producir entre los códigos profesionales y un mayor estatus profesional. La *tercera* es la sanción al interior de la profesión de las violaciones éticas, evitando la intervención coercitiva de la fuerza del Estado. Una *cuarta* característica es la naturaleza individual de las obligaciones que impone la ética profesional. La *quinta* es el balance entre los mandatos éticos, entre obligaciones ante los propios colegas y ante la comunidad<sup>229</sup>.

Adela Cortina, por su parte, señala los requisitos que, a su juicio, configuran hoy el *ethos* de una profesión: su carácter de actividad humana social, la legitimidad de la sociedad para exigir a los profesionales que proporcionen un bien específico, la vivencia de la profesión como una vocación, la exigencia en la mayoría de los casos de unos estudios reglados y de una licencia para ejercer la profesión, la exigencia de colegios profesionales y de códigos éticos y deontológicos y un sentido de identidad y pertenencia. Todos estos elementos constituyen un *ethos* profesional que apunta a la

---

<sup>228</sup>.- Cfr. *Ibidem*, pp. 73-90.

<sup>229</sup>.- Cfr. WHITE, Robert (1988): *op. cit.*, pp. 86-88.

excelencia, al contrario del *ethos* burocrático que se conforma con el cumplimiento del mínimo legal<sup>230</sup>.

Mercedes Muñoz ha procurado también establecer algunos elementos característicos de la ética profesional. Ella señala los siguientes: el papel de dicha actividad en la sociedad y su finalidad para con los ciudadanos, su régimen de funcionamiento, y el establecimiento de un sistema de control o regulación para asegurar un adecuado ejercicio de la profesión, la corrección de errores y el respeto por su finalidad social<sup>231</sup>.

### III.5. Ética periodística

La ética periodística posee connotaciones particulares, dentro del conjunto de las éticas profesionales. En este epígrafe haremos una presentación de sus antecedentes, de su valor como condición para la profesionalización de esta actividad, y de su enseñanza.

#### III.5.1. Antecedentes

La historia de la prensa, en perspectiva ética, tiene dos períodos: la lucha por la libertad y el reconocimiento de la responsabilidad. Durante los siglos XVIII y XIX, desde el poder del Estado se teme que la prensa desborde al poder político. Se exigen entonces licencias de impresión y se establecen diversas formas de censura. La libertad de prensa se yergue en el centro de las demandas sociales de una época. Obtenida ésta, y con ella las libertades de expresión e información, el siglo XIX asistió a un período de mercantilización de la prensa y de la noticia. Emerge a inicios del siglo XX, en contraposición al período precedente, una creciente conciencia de responsabilidad, que reclama límites en el ejercicio de esas libertades.

---

<sup>230</sup>.- Cfr. CORTINA, Adela (2000): “*El sentido de las profesiones*”, *op. cit.*, pp. 13-28.

<sup>231</sup>.- Cfr. MUÑOZ SALDAÑA, Mercedes (2004): “*La autorregulación como espacio de libertad informativa: El paradigma de la comunicación comercial*”. En VIDAL CLIMENT, Vicente y GARCÍA MANGLANO, Miguel: *Información, Libertad y Derechos Humanos. La enseñanza de la ética y del derecho de la información*. Valencia, Fundación COSO de la Comunidad Valenciana para el Desarrollo de la Comunicación y la Sociedad, pp. 214-234. Ver p. 214.

La primera etapa estuvo sustentada en el liberalismo filosófico, económico y político, que negaba la legitimidad de cualquier intromisión del Estado en el libre flujo de la información. Surgió entonces una Teoría de la Responsabilidad Social que se expresó en los Informes de la Comisión para la Libertad de Prensa en Estados Unidos, a fines de los años cuarenta del siglo anterior, que planteaba que las libertades de información y expresión solo tenían sentido si se convertían en un bien para todos los hombres. Mientras el liberalismo se oponía a toda forma de intervención estatal, los partidarios de la responsabilidad social alentaron el autocontrol<sup>232</sup>. La asunción de la responsabilidad ética es importante en cuanto fuerza al periodista a compromisos y decisiones reflexivas entre varias alternativas, conduciéndolo a la búsqueda de bienes superiores en el ejercicio profesional, lo cual lo eleva como persona y como periodista<sup>233</sup>.

Merril se ha ocupado de esta cierta ambivalencia en la que actúa el periodista, entre la libertad de expresión y su responsabilidad ante la sociedad. La libertad de prensa, ha advertido, puede ser dolorosa para muchos cuando invade ciertos espacios o afecta los valores más profundos de las personas. Mucho de lo que se expresa en los medios de comunicación no debería beneficiarse de la protección jurídica que le otorgan los ordenamientos occidentales. Aludiendo al caso de los Estados Unidos se ha preguntado “¿Puede alguien imaginarse a Madison o a Jefferson tratando de proteger la mayor parte de la palabra ‘vendida’ que nos rodea?”<sup>234</sup>. Quienes aprobaron la Primera Enmienda de la Constitución de los Estados Unidos querían proteger el discurso democrático y la expresión de las convicciones de los ciudadanos, pero no el derecho de dañar a las personas o de propalar falsedades.

No obstante, según el autor norteamericano, habría ocurrido un movimiento desde la libertad de la prensa hacia su responsabilidad ética. Esto sería muy evidente en Asia, donde la influencia del confucionismo habría marcado aquellas sociedades en su respeto por ciertos valores de armonía, cohesión social y cooperación personal. El espíritu individualista y la prensa liberal extendidos en Occidente durante el siglo XIX,

---

<sup>232</sup>.- Cfr. BARROSO ASENJO, Porfirio (1991): “*Ética de la Comunicación*” (voz). En BENITO, Ángel (director): *Diccionario de Ciencias y Técnicas de la Comunicación*. Madrid, Ediciones Paulinas, pp. 560-582.

<sup>233</sup>.- Cfr. MERRIL, John C. (1975): *Ethics and the press*. New York, Hasting House, pp. 8-9.

<sup>234</sup>.- MERRILL, John Calhoun (2007): *op. cit.*, p. 126.

por el influjo de la Ilustración, habría revertido en el siglo XX hacia un enfoque más comprometido con la responsabilidad social de la prensa, primero en Alemania y en los países escandinavos y posteriormente en el resto de Europa e incluso en los Estados Unidos.

Aunque hay significativa evidencia de la inquietud por la ética periodística, expresada en códigos deontológicos desde el siglo XIX —de ello nos ocupamos en el capítulo siguiente en el apartado sobre los mecanismos de autocontrol de la prensa— ella fue convirtiéndose en una preocupación universal hacia mediados del siglo XX. Ya desde 1950 fue preparado un proyecto de código de ética por expertos de la Organización de las Naciones Unidas que, consultado con diversas entidades profesionales nacionales e internacionales, recibió recomendaciones y adhesiones de la Federación Internacional de Periodistas y de la Unión Internacional de la Prensa Católica<sup>235</sup>, entre otras instituciones representativas de la prensa a nivel mundial. Pero esta inquietud alcanzó las mayores dimensiones con la aprobación en París del denominado "Nuevo Código Internacional de Ética Periodística", auspiciado por la UNESCO y adoptado por ella el 20 de noviembre de 1983<sup>236</sup>. El documento tiene por título *Principios Básicos de la Ética del Periodismo* y recoge un conjunto amplio de enunciados propios de la ética de la profesión, internacionalmente reconocidos<sup>237</sup>, como lo evidencia la variedad de entidades que los han suscrito: Organización Internacional de Periodistas (OIP), Federación Internacional de Periodistas (FIP), Unión Católica Internacional de Periodistas e Informadores (UCIP), Federación de Periodistas Árabes, Federación Latino-Americana de Periodistas, Federación Latino-Americana de Trabajadores de la Prensa, Unión de Periodistas Africanos. También en el seno de la UNESCO fue aprobado un Convenio sobre el Derecho Internacional de Rectificación.

---

<sup>235</sup>.- Cfr. HAMELINK, Cees (1979): *“Periodismo: principios éticos en los códigos y en la práctica”*. En RUIZ ELDREDGE, Alberto (compilador): *El desafío jurídico de la comunicación internacional*. México, Instituto Latinoamericano de Estudios Transnacionales, pp. 125-150. Ver pp. 127-128.

<sup>236</sup>.- Cfr. BLÁZQUEZ, Niceto (1994): *Ética y medios de comunicación*. Madrid, BAC, pp. 129-144. El autor se explaya sobre la atención prestada por la UNESCO a la deontología periodística, repasando la evolución de este interés, así como las diversas comisiones e informes producidos por esa organización.

<sup>237</sup>.- Cfr. BLÁZQUEZ, Niceto (2006): *Foro Ético Mundial y Medios de Comunicación*. Madrid, Visión Net, pp. 129-130. El autor presenta una relación crítica de los principios contenidos en el documento de la UNESCO.

La Federación Internacional de Periodistas, a su vez, había aprobado ya una *Declaración de Principios de Conducta de los Periodistas*, en su II Congreso Mundial, en 1954. El XVIII Congreso de la misma Federación acordó algunas reformas al texto original. El *Código Europeo de Deontología del Periodismo* fue aprobado el 1 de julio de 1993 por la Asamblea Parlamentaria del Consejo de Europa. La Federación Latinoamericana de Periodistas acordó también un *Código Latinoamericano de Ética Periodística*, en 1979. Otro código, la *Declaración de Principios del Periodismo Centroamericano*, fue adoptado por el Programa Latinoamericano de Periodismo en Nueva Orleans, el 12 de junio de 1993<sup>238</sup>.

### III.5.2. La ética y la profesión del periodista

Sin parámetros éticos, las llamadas ciencias de la comunicación, o de la información, y especialmente el ejercicio de sus disciplinas conexas: el periodismo, la publicidad, las relaciones públicas, entre otras, serían vanos oficios, ejercidos sin integridad y sin responsabilidad. Es conocida la vieja frase de don Luis Miró Quesada, que adorna en letras de molde el salón de ingreso a la redacción de *El Comercio*, el diario decano del Perú: “El periodismo puede ser la más noble de las profesiones o el más vil de los oficios”. Como señala Barroso, hay profesiones cuyo éxito o fracaso recae sobre el que la ejerce sin que tenga mayor repercusión social en perjuicio de los demás. Otras profesiones, en cambio, “llevan la proyección social en su misma entraña, y su recto o equivocado desempeño repercute directa y enormemente sobre los demás”<sup>239</sup>. Qué duda cabe que el periodismo, que es capaz de modelar aspectos de la conciencia del individuo, es una de ellas.

Pero la tarea de auscultar la relación entre la ética y la profesión del periodista nos conduce a establecer quién es el periodista. La primera mención del término “periodista” en lengua española data de 1763, usada por Juan Antonio Aragonés en un conjunto de pequeñas obras, bajo el título de *El amigo del público*. Antes se habían

---

<sup>238</sup>.- Los textos de los códigos citados pueden encontrarse en VILLANUEVA, Ernesto (2002): *Deontología Informativa. Códigos deontológicos de la prensa escrita en el mundo*. México, Universidad Iberoamericana, segunda edición. Estos, y muchos otros de dimensión nacional, o propios de los medios, constituyen obligados referentes en el estudio de la deontología periodística.

<sup>239</sup>.- BARROSO, Porfirio (2007): *op. cit.*, p. 37.



usado los términos gacetero, gazetista, periodista, diarista, correísta, noticioso, publicista, articulista, entre otros. Aunque hubo algunas menciones esporádicas de la expresión *periodista*, ésta recién se generaliza, tanto en España como en América, a partir de la segunda década del siglo XIX, probablemente como traducción de la palabra francesa *journaliste*. En 1927 se distingue ya entre el periodista y el periodista profesional, para aludir a aquellos periodistas que estaban retribuidos por su labor en virtud de un contrato de trabajo<sup>240</sup>.

El periodista era hasta entonces una figura singular, cuyas tareas se confundían con las del editor y propietario e, incluso, con las del impresor, fundiéndose con frecuencia todas esas funciones en un solo personaje<sup>241</sup>. No era tampoco el periodismo una profesión estable sino, en muchos casos, una concesión al idealismo y a la voluntad de expresar el propio pensamiento. Pero cuando los periódicos crecen en dimensiones y lectoría y ocupan los servicios de las agencias noticiosas y se estandarizan sus procesos de producción, entonces el periódico se “despersonaliza” y la figura del periodista singular “se esfuma” y su individualidad “se ensombrece”<sup>242</sup>. La especialización propia de la moderna civilización industrial exige del periodista una preparación técnica específica. De Gregorio ha relatado la polémica suscitada en Italia en torno de la preparación del periodista, respecto de si debía o no exigírsele un título especial para su desempeño: unos eran partidarios de que el periodista se formara en el taller de tipografía y no en las aulas universitarias, otros de que recibiera una larga y cuidadosa preparación.

A esta polémica se ha referido también Aznar, quien ha recordado la oposición del diario ABC a la creación de escuelas de periodismo en España. Los detractores de esta propuesta argumentaban que hasta entonces no había sido necesaria una formación

---

<sup>240</sup>.- Cfr. LÓPEZ DE ZUAZO, Antonio (1995): “Origen y evolución del término ‘periodista’”. En *Estudios sobre el mensaje periodístico* N° 2, Universidad Complutense de Madrid, pp. 45-52.

<sup>241</sup>.- «En los comienzos del periodismo los papeles del editor y del periodista estaban por lo común próximos entre sí. En algunos casos, en particular en los orígenes de la prensa americana, no sólo coincidían estos dos papeles sino incluso el de operario manual de las prensas». AZNAR, Hugo (1997): “El debate sobre la profesionalización del Periodismo”. En *ZER, Revista de Estudios de Comunicación* N° 3, pp. 129-152. La cita textual está tomada de la p. 132.

<sup>242</sup>.- Cfr. DE GREGORIO, Doménico (1966): *Metodología del Periodismo*. Madrid, Rialp, pp. 16 y siguientes. El título original de la obra, en lengua italiana, fue *Metodologia del giornalismo*, publicada en 1960.

universitaria y que el oficio se aprendía en las redacciones. Mientras este último modo de formación a cargo de las empresas sólo preparaba al empleado para una actividad específica en función de sus necesidades inmediatas, la formación universitaria suponía además una formación amplia que conllevaba un horizonte profesional muy diferente. Esta polémica ha tenido continuidad hasta nuestros días en torno de la necesidad de la titulación de los profesionales del periodismo. Claude-Jean Bertrand, por ejemplo, ha sido concluyente al respecto:

«Pero el periodismo no es una profesión. Por varias razones. Primero, no se basa en una ciencia (que consiste en una teoría global y una base de conocimientos organizada): en casi todos los países, no se obliga a un periodista a que tenga un grado universitario, o pase una prueba, probando la adquisición de un cuerpo de conocimientos. Y un periodista no necesita una licencia para ejercer. Raramente es él un trabajador independiente. Además, como no tiene una relación directa como entre el médico y el cliente, el estado no ha sentido la necesidad de proteger al ciudadano contra el periodista forzando reglas sobre los medios de comunicación. O creando cortes especiales. No hay órdenes de periodistas, excepto en algunas naciones latinas como Italia en donde se originó una en los días de Mussolini»<sup>243</sup>.

Aznar piensa que las ventajas de convertir en legal la titulación para el ejercicio periodístico no compensan los riesgos que conllevaría tal medida, pues acarrearía pérdidas de espontaneidad, amenazas corporativas, restricciones en el acceso a los medios y para el ejercicio de la libertad de expresión<sup>244</sup>. El autor, en sustitución de estos debates, y particularmente de aquel suscitado sobre la colegiación de los periodistas, ha propuesto uno nuevo, a favor del fortalecimiento de las organizaciones colectivas de los profesionales de la prensa y sobre su autorregulación deontológica<sup>245</sup>, aspectos que

---

<sup>243</sup>.- BERTRAND, Claude-Jean (2000): *Media Ethics and Accountability Systems*. New Brunswick (U.S.A.), Transaction Publishers, p. 23. El texto citado es una traducción libre del autor.

<sup>244</sup>.- Ramos Fernández también ha aportado luces sobre esta misma polémica, en torno de la profesionalización del periodismo, con atención especial al caso español. Cfr. RAMOS FERNÁNDEZ, Luis Fernando (1998): *La profesión periodística en España. Estatuto jurídico y deontología profesional*. Pontevedra, Diputación de Pontevedra, pp. 28-33.

<sup>245</sup>.- Cfr. AZNAR, Hugo (1997): *op. cit.*, pp. 142 y siguientes.

considera de mucho mayor relevancia, pues el intrusismo en la profesión no parece ya un desafío en España<sup>246</sup> ni en la mayoría de los países occidentales.

Goodwin también ha puesto su atención en la polémica sobre la profesionalización del periodismo, pero desde otro matiz. Tras destacar los intereses económicos en juego en la industria periodística, y sus consecuencias para la ética, duda si esta actividad es un negocio o una profesión<sup>247</sup>. Frente a esta última disyuntiva, Vázquez ha señalado la necesidad de una ética empresarial informativa que formule orientaciones sobre cómo debe proyectarse una ética de los negocios sobre una empresa informativa, que involucre dos modelos de libertad: la de negociar y la de comunicar<sup>248</sup>.

En cualquier caso parece existir una coincidencia histórica, entre la ausencia de formación profesional y el predominio del llamado periodismo “amarillo”. Por ello fue planteada la necesidad de una mayor calificación profesional, de mejores condiciones laborales y un mayor compromiso ético. No es extraño que ya desde 1806 se ofreciera un curso de periodismo en la Universidad de Breslau, en Alemania, y a fines del siglo XIX se impartieran algunos cursos esporádicos de periodismo en Basilea, Londres, Lille, Heildelberg y Berlín<sup>249</sup> o en Salamanca, Madrid y París<sup>250</sup>. La primera Escuela de

---

<sup>246</sup>.- Entre un 70 y un 75 por ciento de quienes ejercen la actividad periodística en España estaban ya, hace unos pocos años, en posesión de un título universitario. Cfr. ORTEGA, Félix y HUMANES, María Luisa (2000): “*Periodistas del siglo XXI. Sus motivaciones y expectativas profesionales*”. En *Cuadernos de Información y Comunicación* N° 5, Universidad Complutense de Madrid, pp. 153-170. Ver p. 153. En el mismo artículo los autores dan cuenta de las principales motivaciones para elegir la carrera periodística, entre los jóvenes que cursan estudios universitarios de la especialidad. Destaca al respecto la visión estereotipada que se tiene de la profesión: un estilo de vida aventurero y una postura de defensa de la ciudadanía frente a los abusos del poder. Esta percepción da cuenta de una nítida vocación ética en los estudiantes de periodismo, que se ve corroborada con otros estudios sobre el desarrollo moral de los periodistas. Coleman y Wilkins han aplicado las categorías de Kohlberg, comentadas en esta misma tesis, y han establecido que el desarrollo moral de los periodistas es sólo superado por filósofos y seminaristas, estudiantes de medicina y físicos, ubicándose por encima de casi todas las demás profesiones. Cfr. COLEMAN, Renita y WILKINS, Lee (2002): “*Searching for the Ethical Journalist: An exploratory study of the Moral Development of News Workers*”. En *Journal of Mass Media Ethics* vol. 17 N° 3, pp. 209-225.

<sup>247</sup>.- Cfr. GOODWIN, Eugene (1994): *A la búsqueda de una ética en el periodismo*. México, Gernika, tercera edición, pp. 47-80.

<sup>248</sup>.- Este autor ha advertido que si la empresa informativa “se deshumaniza en sus mensajes y olvida sus funciones sociales como ‘servicio público’, el público es estafado como sujeto de libre información y la empresa se degrada”. VÁZQUEZ FERNÁNDEZ, Francisco (1996): *Periodismo Valorativo (Casos ético-deontológicos de actualidad)*. Madrid, CARPERI, p. 35.

<sup>249</sup>.- Cfr. RAMOS FERNÁNDEZ, Luis Fernando (1998): *op. cit.*, p. 203.

<sup>250</sup>.- Cfr. AZNAR, Hugo (1997): *op. cit.*, p. 134

Periodismo fue creada en 1869 en el Washington College. A ésta le siguió en 1899 la Escuela Superior de Periodismo, formada en la Escuela de Altos Estudios Sociales de París<sup>251</sup>, aunque no habrían ofrecido la formación sistemática y el carácter profesional de las que surgieron en el siglo XX.

Las pioneras escuelas universitarias de Periodismo en los Estados Unidos se establecieron durante las primeras décadas del siglo XX. Recién en 1902, el magnate de la prensa Joseph Pulitzer (1847-1911), uno de los abanderados de la profesionalización de esta actividad, anunció la creación de una Escuela de Periodismo en la Universidad de Columbia, determinando así la formalización de los estudios en la especialidad. A esta propuesta le siguieron otras similares en las universidades de Illinois (1904) y Wisconsin (1905). Pero fue la Universidad de Missouri la primera en establecer formalmente una Escuela de Periodismo en 1908. A esta le siguió otra similar en la Universidad de Columbia, en 1912, auspiciada desde años antes por Pulitzer. Estas escuelas promovieron la idea de profesionalismo como una forma de alcanzar el reconocimiento público<sup>252</sup>. Se buscó entonces un estatus para la profesión comparándola con disciplinas tradicionales como el derecho y la medicina, afirmando que ambas deben su crédito a la confianza pública respecto de quienes la ejercen. De la misma manera los periodistas debían ganar esa confianza mediante una formación universitaria y la aplicación de códigos éticos. Joseph Pulitzer fue partícipe de esa posición. Sin embargo, cuando la educación del periodismo se desarrolló, se vio con más claridad que el periodismo tenía un carácter distinto, de utilidad pública, que trascendía la confianza personal, propia de la relación con los clientes en el derecho y la medicina.

Una creciente tendencia a la regulación del ejercicio periodístico fue contestada en Estados Unidos con la apelación a la Primera Enmienda de la Constitución norteamericana, relativa a la libertad de expresión. Al amparo de este presupuesto constitucional, no se ha desarrollado en ese país un gremio profesional capaz de

---

<sup>251</sup>.- Cfr. LÓPEZ REYES, Óscar (1995): *La ética en el periodismo*. Santo Domingo, Banco Central de la República Dominicana, p. 83. También en URZÚA ARACENA, Mario (2005): *Periodismo y Ética. Temas actuales*. Santiago (Chile), Centro de Estudios Bicentenario, p. 19.

<sup>252</sup>.- Cfr. ESQUIVEL HERNÁNDEZ, José Luis (2008): “Cien años de enseñar”. En *Revista Mexicana de Comunicación*, N° 109. Texto recuperado el 23 de abril de 2008 en: [http://www.mexicanadecomunicacion.com.mx/Tables/rmxc/rmc109\\_12.htm](http://www.mexicanadecomunicacion.com.mx/Tables/rmxc/rmc109_12.htm).

controlar el acceso a la profesión, condicionándolo a los requisitos de una educación formal en la especialidad. Ello sucede, tanto porque el periodismo implica habilidades básicas en el dominio del idioma —talento que no es privativo de los graduados universitarios en periodismo—, como porque su ejercicio implica los derechos universales a las libertades de expresión e información.

Los educadores del periodismo en los Estados Unidos asumieron en los años veinte, como perfil profesional, al individuo con una formación basta en las artes y ciencias, además de habilidades específicas en comunicación. El periodista necesitaba una amplia base cultural y humanística. El arte, la ciencia, la política y la religión, resultaban esenciales. Desde otra perspectiva, más mercantil, se dio énfasis sólo a las habilidades prácticas<sup>253</sup>. Ya en los años cincuenta del siglo pasado, algunas escuelas organizaron sus planes de estudio en torno de las ciencias sociales, asumiendo el paradigma de la objetividad y apelando constantemente a los métodos estadísticos.

Los cursos de ética fueron concebidos bajo la denominación de responsabilidad profesional. El énfasis pasó entonces de las decisiones éticas individuales a las responsabilidades orgánicas frente a la sociedad. El único imperativo ético de quien actuaba en los medios de comunicación era el ejercicio pleno de su libertad<sup>254</sup>.

---

<sup>253</sup>.- Se produjo así la evolución de dos modelos educativos paralelos. Uno, el más generalizado, hacía uso del plan de estudios de cuatro años, donde la mayor parte de los contenidos correspondían a las artes y ciencias y un porcentaje menor a temas específicos de la profesión. Este modelo fue, además, el de los sistemas nacionales de acreditación, establecidos en los Estados Unidos desde 1946. Otra alternativa en la formación de comunicadores fue a través de postgrados. Así lo hicieron escuelas de Periodismo como las de Northwestern y Columbia. En ellas se presentó programas de master de un año, orientados exclusivamente a la formación profesional en la especialidad.

<sup>254</sup>.- Los libros de ética de los años siguientes reflejaron también esta tendencia. El debate ético, sin embargo, aumentó significativamente entre los profesionales y en el ámbito académico estadounidense tras el escándalo del caso Watergate, que marcó el retorno a una preocupación por las decisiones individuales en el ejercicio de la labor periodística y por acercar a la profesión, de un modo más sistemático, al pensamiento ético. Otras tendencias que se ha observado en el tratamiento de la ética en los libros de texto de periodismo, sobre un estudio de 300 obras que corren desde 1867 hasta 1997, son las siguientes: la discusión sustancial sobre ética en este tipo de libros no apareció hasta la década de los veinte del siglo pasado. Tras cuarenta años de relativa ausencia, en los setenta la ética vuelve a ser un tópico recurrente. Los primeros libros se ocupaban de la ética como una cuestión de lealtad al editor o propietario del periódico, luego la ética fue tratada como una cuestión de relaciones profesionales. Con el resurgimiento del interés por la ética, en los setenta, se plantean ya aspectos éticos más fundamentales, aunque todavía sean presentados como un apéndice en el bagaje de conocimientos de un periodista. Cfr. MIRANDO, Joseph A. (1998): “*Lessons on Ethics in News Reporting Textbooks, 1867-1997*”. En *Journal of Mass Media Ethics* vol. 13 N° 1, pp. 26-39.

Los estudios universitarios de periodismo se generalizaban también en Alemania y en Francia, en la primera mitad del siglo XX. En 1925, por ejemplo, fue constituida la Escuela Superior de Periodismo en la Universidad de Lille. En España la primera Escuela de Periodismo se funda en 1926, aunque sin rango universitario. Lo propio sucede en los restantes países europeos, tras la segunda guerra mundial<sup>255</sup>. En América Latina las pioneras escuelas de periodismo surgieron en la Universidad de la Plata en 1935 y en la Universidad de la Habana en 1941<sup>256</sup>. En el Perú la primera de ellas fue fundada en 1945 por la escritora y periodista Matilde Pérez Palacio, en la Pontificia Universidad Católica del Perú. Dos años más tarde le siguió otra en la Universidad Nacional Mayor de San Marcos, bajo la dirección del periodista español José Gabriel López, al que le sucediera poco después el también español Andrés García de Barga y Gómez de la Serna, conocido como Corpus Barga.

Así como se profesionalizaba el periodismo y surgían los estudios universitarios en la especialidad, emergían también reivindicaciones laborales en busca de un mejor estatus profesional. Aparece el Sindicato Francés de Periodistas, que logra el reconocimiento de la cláusula de conciencia. En 1926 se extienden a nivel universal las reivindicaciones profesionales de los periodistas, a través de la Federación Internacional de Periodistas. Un Informe de la Organización Internacional del Trabajo, presentado en Ginebra en 1928, plantea también demandas sobre la estabilidad laboral, la seguridad social, la formación y la ética del periodista. Surgen también por aquellos años los primeros códigos deontológicos y los primigenios mecanismos de autocontrol<sup>257</sup>, que analizaremos en el siguiente capítulo.

Elena Real considera que el proceso constituyente de cualquier profesión “se sustenta sobre dos pilares indispensables: titulación académica específica y colegiación”. Lo primero ocurre a través del proceso formativo en la especialidad, a nivel universitario, lo segundo en aquellos países donde existe la colegiación obligatoria para el ejercicio profesional. La autora estima que este último instrumento,

---

<sup>255</sup>.- Cfr. RAMOS FERNÁNDEZ, Luis Fernando (1998): *op. cit.*, pp. 205-206.

<sup>256</sup>.- Cfr. LÓPEZ REYES, Óscar (1995): *op. cit.*, p. 85.

<sup>257</sup>.- Cfr. AZNAR, Hugo (1997): *op. cit.*, p. 135.

dada su naturaleza, puede ser útil en la preservación de la ética y la deontología periodísticas<sup>258</sup>.

Enrique Aguinaga, sin embargo, se ha preguntado de modo inquietante ¿quién es el periodista? Y ha relatado con desazón, en palabras de académicos y profesionales consultados por las Cortes españolas, la imposibilidad de definir al periodista. Nosotros también nos hacemos la misma pregunta frente a personajes que nos parecen más vinculados al mundo del espectáculo y la entretención que al legítimo ejercicio de la profesión. La pregunta es pertinente porque el periodista es sujeto de derechos propios de su profesión, al mismo tiempo que lo alcanzan obligaciones de tipo ético. Al respecto plantea treinta señas, bastante crudas, para reconocer al auténtico profesional de la especialidad, en nada parecido al modelo idílico, sino el periodista realmente existente, “periodista unidimensional, sumiso empleado de la industria de la información”. Cree el autor que el gran desafío es lograr la identificación del periodista en el estudio de una teoría del periodismo, que superando las ciencias de la comunicación y de la información, se centre en el periodismo más esencial. De allí podrá emerger en el siglo XXI el periodista que la Universidad tiene la responsabilidad de perfilar<sup>259</sup>.

Urzúa, finalmente, ha sostenido que para cumplir su deber de informar, “el periodista debe estar capacitado para investigar, elaborar los mensajes y difundirlos; lo que justifica los estudios universitarios de periodismo”<sup>260</sup>. Este autor considera que es la Universidad donde, por la síntesis que ofrece entre conocimientos técnico profesionales y culturales, el futuro periodista podrá descubrir los alcances y consecuencias de la información y, con ello, una formación ética que consiste en hacer bien el trabajo, en el cumplimiento de un deber de diligencia.

Es posible establecer, tras el recorrido mostrado, cómo a lo largo del tiempo se ha evidenciado la relación entre la ética y la profesión periodística. Desde un primer

---

<sup>258</sup>.- Cfr. REAL RODRÍGUEZ, Elena (2006): *“La Colegiación como eje dinamizador de la Ética y la Deontología periodística”*. Sevilla. Grupo de Trabajo: Ética de la Comunicación IX Congreso IBERCOM. El texto fue recuperado el 12 de julio de 2008 en: <http://alojamientos.us.es/cibercom/pdf/RealElena.pdf>

<sup>259</sup>.- Cfr. DE AGUINAGA, Enrique (2002): *“El periodista en el umbral del siglo XXI”*. En *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, N° 8, pp. 157-170.

<sup>260</sup>.- URZÚA ARACENA, Mario (2005): *op. cit.*, p. 21.

momento era clara la proyección social de esta actividad y la necesidad de plantear una ética capaz de mantenerla en el derrotero propio de las libertades públicas y el respeto por el derecho ajeno. La figura del periodista fue tomando también identidad propia. Uno de sus componentes distintivos ha sido reconocido en la formación ética, que constituye también uno de los pilares de su profesionalización. La formación profesional —nadie lo discute ya— resulta además un factor central en la creación de una conciencia ética en el periodista. Esto motiva la creciente atención a la ética en los planes de estudio propios de la carrera.

### III.5.3. La ética periodística y su enseñanza

A continuación repasamos algunas referencias sobre la enseñanza de la ética periodística, tanto en los Estados Unidos como en Europa, donde los antecedentes son más relevantes, y en el ámbito de los países andinos. Luego destacamos las propuestas sobre los contenidos en la enseñanza de esta materia.

Sobre la enseñanza de la ética es posible citar el libro titulado *The Teaching of Ethics in Higher Education. A report by The Hastings Center*, publicado en 1980 por el *Institute of Society, Ethics and the Life Sciences* del *The Hastings Center*. El propósito de esta obra fue evaluar la situación de la enseñanza de la ética en Estados Unidos, así como analizar sus implicaciones y hacer recomendaciones al respecto<sup>261</sup>. A partir de la obra referida, Clifford G. Christians y Catherine L. Covert escribieron el libro *Teaching Ethics in Journalism Education*<sup>262</sup>. En este trabajo se desarrollan los antecedentes

---

<sup>261</sup>.- Cfr. INSTITUTE OF SOCIETY, ETHICS AND THE LIFE SCIENCES (1980): *The Teaching of Ethics in Higher Education. A report by The Hastings Center*. New York, Hasting Center. Los autores evidencian su convicción de que la Ética podría y debería alcanzar un lugar preponderante en los planes de estudio de los Colegios de Bachillerato y las Escuelas Profesionales, en tanto la moral es parte de la vida de los individuos y sus perspectivas éticas moldean la vida cultural y civil. El libro bajo comentario abordó algunas temáticas centrales: fines de la enseñanza de la ética, adoctrinamiento y pluralismo, preparación para la enseñanza de la ética, evaluación de esta enseñanza, técnicas y organización del curso.

<sup>262</sup>.- Cfr. CHRISTIANS, Clifford G. y COVERT, Catherine L. (1980): *Teaching Ethics in Journalism Education*. New York, Hastings Center. Christians es ya un clásico en el estudio de la ética periodística en los Estados Unidos. Postula un periodismo comunitario, comprometido en un diálogo con la comunidad, enfocado hacia una ética de la responsabilidad, cuya esencia denomina como “mutualidad”. Desde esta perspectiva un acto será moralmente correcto cuando se realiza en servicio a la comunidad, e incorrecto cuando sólo procura el propio interés. Cfr. CHRISTIANS, Clifford G., FERRE, John P. y FACKLER, Mark (1993): *Good News: Social Ethics and the Press*. New York, Oxford University Press.



históricos y la situación de la enseñanza de la ética, así como sus objetivos y ciertas cuestiones esenciales de la ética de los medios. Porfirio Barroso también ha auscultado la situación de la enseñanza de la ética en los departamentos de filosofía en las universidades de California<sup>263</sup>.

Además, se han realizado investigaciones sobre la enseñanza de la ética periodística en Europa. Un artículo de Barbara Thomass puede dar cuenta de ello, particularmente para los casos de Francia, Alemania y el Reino Unido<sup>264</sup>. Una tesis doctoral dirigida por Porfirio Barroso ha ampliado la perspectiva a toda la Unión Europea<sup>265</sup>.

En el ámbito hispano es posible rastrear los inicios de la enseñanza de la ética a través de la obra de Laureano Robles. Este autor afirma que Aristóteles no fue leído en la Península sino en época tardía y por minorías, pues las traducciones latinas de su obra casi no tuvieron difusión, hasta la realizada por Leonardo Bruno de Arezzo entre 1419 y 1431. Ésta fue la más consultada y sirvió de base a las primeras versiones castellanas y catalanas. El autor menciona también la traducción de Juan de Argirópulo en 1555 y otra publicada en 1772. Entre los siglos XVI y XVII se dictaba el curso de Filosofía Moral en las denominadas Facultades de Artes, usando los catedráticos la Ética a Nicómaco de Aristóteles. A éste título le sucedieron los manuales de Godin y de Jacquier en los siglos XVII y XVIII. Estas cátedras estuvieron frecuentemente regentadas por eclesiásticos y habrían tenido por ello un marcado corte católico<sup>266</sup>.

A partir de 1847 una reforma universitaria reconduce los estudios de ética a la enseñanza media y pierden el rango universitario, al mismo tiempo que surgen abundantes textos escolares para su enseñanza. Robles cita entre los más difundidos los de los autores Jaime Balmes y Julián Sanz del Río, durante el siglo XIX. Robles

---

<sup>263</sup>.- Cfr. BARROSO, Porfirio (2004): “La enseñanza de la ética en los departamentos de filosofía en las universidades de California. USA”. En *Studium* vol. XLIV, pp. 183-196.

<sup>264</sup>.- Cfr. THOMASS, Barbara (2000): “How journalism ethics is taught around Europe: three examples”. En PATTYN, Bart (editor): *Media Ethics. Opening Social Dialogue*. Leuven (Bélgica), Peeters, pp. 375-389.

<sup>265</sup>.- Cfr. DÍAZ DEL CAMPO LOZANO, Jesús (2004): *La enseñanza de la ética periodística en la Unión Europea*. Madrid, Universidad Complutense de Madrid. Tesis Doctoral dirigida por Porfirio Barroso Asenjo.

<sup>266</sup>.- Cfr. ROBLES, Laureano (1979): *El estudio de la Ética en España (Del siglo XII al XX)*. Salamanca, Calatrava, pp. 131 y siguientes.

concluye que la historia de la ética en España la forman, salvo excepciones, “un conglomerado de mediocridades” y de “epígonos”, carentes de originalidad, hasta la aparición de las obras recientes de José Luis López Aranguren y Javier Muguerza.

En el ámbito de los países andinos, una reciente tesis doctoral dirigida por Porfirio Barroso ha dado más luces sobre la enseñanza de la ética periodística<sup>267</sup>. La autora de la investigación ha analizado los fundamentos del autocontrol y la aparición de sus mecanismos en la región andina, para luego evaluar el estado de la enseñanza de la ética periodística en estos países y su contribución al autocontrol. La investigación abarcó ciento sesenta Facultades y Escuelas de Comunicación Social o Periodismo de Perú, Ecuador, Colombia, Venezuela y Chile y estableció que en el 91,4% de ellas existe la materia de ética periodística en sus planes de estudio. Algunos de los temas predominantes en esa materia son: la responsabilidad de la prensa con la verdad y la exactitud (74,4%), la responsabilidad de la prensa con el derecho a la información (72%), la libertad de expresión (69,3%) y la relación de equilibrio entre libertad y responsabilidad de la prensa (62%). En cuanto al profesorado que imparte ética periodística, el 70% estaba titulado en Periodismo o en Comunicación Social. En un 52% de los casos eran docentes con más de 10 años de experiencia, mientras un 46% tenían entre uno y cinco años de trayectoria como profesores del curso.

La autora considera, además, que la enseñanza de la ética periodística es un mecanismo de autocontrol a largo plazo, pues a través de la enseñanza universitaria de la ética pasan el 91,4% de los alumnos de Comunicación Social y Periodismo. Esta orientación hacia la conciencia de los estudiantes, fuente primaria de toda ética, junto con la razón y con la ley moral, podría fijarse en la base de una ulterior observancia de la ética periodística.

La enseñanza de la ética ha merecido pues una significativa atención desde mucho tiempo atrás y se ha asentado en todas las latitudes. Ello ha ocurrido también, como hemos visto, en el ámbito específico del Periodismo.

---

<sup>267</sup>.- Cfr. GONZALEZ PORTELA, María Luján (2008): *Libertad y responsabilidad de la prensa en el autocontrol y en la enseñanza de la ética en cinco países andinos*. Madrid, Universidad Complutense de Madrid. Tesis Doctoral dirigida por Porfirio Barroso Asenjo.

En cuanto a los contenidos de la enseñanza de la ética, Adela Cortina propuso en *El quehacer ético. Guía para la educación moral*, extraer de distintas propuestas éticas los valores y actitudes para conformar los rasgos de una persona moralmente bien educada. Para alcanzar esta meta ha mostrado la necesidad de educar, para que el individuo piense moralmente con autonomía, y no inculcar en un único universo moral. No obstante, la autonomía a la que alude la autora no apunta al hacer “lo que me venga en gana”, sino a “optar por aquellos valores que humanizan”. En tal sentido, siguiendo a Xavier Zubiri, José Luis López Aranguren y Diego Gracia, se ha aproximado a la antropología biológica. Desde allí puede distinguirse entre el animal, en quien un estímulo provoca una respuesta automática, y el ser humano, que actúa con libertad ante el estímulo, creando un conjunto de posibilidades para elegir una posibilidad entre ellas, renunciando a las demás. Lo que en el animal es “justeza automática”, en el ser humano es “justificación activa”. Esta necesidad humana de justificar los actos hace a las personas necesariamente morales.

Estas constantes elecciones que el ser humano debe hacer se producen en medio de una realidad de interdependencia, que alcanza a la humanidad en su conjunto, donde no hay individuos abstractos, independientes de los pueblos, sus culturas y épocas. “Por lo tanto —dice Cortina—, el punto de partida de la moralidad no es nunca un individuo cualquiera, sino este individuo en este grupo social, en esta época y en este lugar”. Pero aun reconociendo esta diversidad, ello no significa que la autora avale el relativismo ético, que considera insostenible. “De la diversidad de contenidos morales en el tiempo y en el espacio no cabe extraer como consecuencia la bondad del particularismo y del relativismo”. Cortina rechaza por igual los extremos del dogmatismo, que se circunscribe a un único universo ético y el relativismo, que califica la bondad o maldad de una acción dependiendo de cada cultura o grupo. Plantea ante ambos el justo medio de una moral de actitudes, donde priman la responsabilidad, por la cual el individuo se hace cargo de la realidad natural y social en la que se desenvuelve; la seriedad, de quien asume en profundidad, y no superficialmente, la realidad que le es propia; la buena voluntad, que es la predisposición a tomarse en serio lo serio y en broma lo jocoso; y el pensar positivamente, que es una apertura a la búsqueda constante de nuevos

caminos<sup>268</sup>. El fomento de estas actitudes, mediante la enseñanza de la ética, sería condición para alcanzar juicios morales adecuados y justos.

Barroso, en su momento, tras analizar las bases éticas de la comunicación y los valores de la democracia, ha concluido en cuatro moralidades que deberían adornar y acompañar específicamente a los informadores y comunicadores:

- 1) El deber de buscar e investigar.
- 2) La lealtad a la exactitud, a la dignidad y a la justicia en la selección y tratamiento de ideas y argumentos.
- 3) La fuerza de voluntad de omitir motivaciones privadas ante los resultados de un escrutinio público.
- 4) La tolerancia ante los que disienten, lo que asegura la existencia de la ética en una sociedad libre<sup>269</sup>.

Estas moralidades constituyen, a nuestro entender, una buena base para la formación de los periodistas y parecen coincidir, aunque de un modo más sistemático, en la sustancia de los criterios planteados por Adela Cortina.

Pero un factor esencial para la transmisión de los conocimientos propios de la ética periodística será, sin duda, el profesor del curso. Él no sólo está llamado a un dominio pleno de los principios de la materia y de las técnicas de enseñanza, sino que, además, debe afrontar la diversidad de opiniones expresadas en clase, lo cual es propio de los métodos activos. Pero el docente no puede asumir una actitud neutra. La disparidad de opiniones y los juicios contrarios a la ética, que puedan expresarse en clase, son un desafío para el profesor. Éste debe promover una postura en el futuro profesional, de búsqueda consciente de la verdad y el bien. Por cierto que el docente no puede reducir su materia al puro moralismo, que dicta conductas a aplicar, pero puede transmitir sus convicciones, sobre todo, mediante su ejemplo pues, si bien la responsabilidad objetiva del docente está en relación con la exposición y explicación de

---

<sup>268</sup>.- Cfr. CORTINA, Adela (1996): *El quehacer ético. Guía para la educación moral*. Madrid, Santillana, pp. 69-96.

<sup>269</sup>.- Cfr. BARROSO ASENJO, Porfirio (1999): *op. cit.*, p. 102.

los principios, lo cual corresponde al orden intelectual, hay un plano práctico, el de la virtud, sin el cual los principios no serían creíbles.

Otro factor central será el método de enseñanza. Los cursos de ética son susceptibles de ser impartidos mediante una amplia gama de métodos y técnicas: clases magistrales, conferencias, lecturas, discusión en clase, ejercicios, informes, simulación de casos, juego de roles, investigación empírica, prácticas, entre otros. La elección entre ellas dependerá de los objetivos del curso y, consecuentemente, del tipo de competencias, habilidades y destrezas que se quiera promover entre los estudiantes. Las tareas por escrito en base a análisis de casos<sup>270</sup>, la deliberación abierta sobre la aplicación de los principios filosóficos a concretos dilemas morales<sup>271</sup>, la inclusión de la multiculturalidad en el análisis<sup>272</sup>, o el uso de modelos de toma de decisiones éticas<sup>273</sup>, son algunos de los recursos sugeridos.

Aunque existen diversas posibilidades de aprendizaje de la ética, no hay duda de que ésta se aprende en la vida diaria, a través de la repetición de actos éticamente válidos, auxiliados por la voluntad y el gobierno de la razón. Desde esta perspectiva, la ética no es sólo objeto de enseñanza escolástica y sistemática —en el ámbito de la escuela o universidad—, sino que lo es también en el ámbito más íntimo y cotidiano de la familia, sea mediante la palabra y el consejo, sea a través del ejemplo repetido y constante.

En esta misma línea, orientada al aprendizaje cotidiano de la ética, se ubica Gary Hanson, de la *Kent State University*. La enseñanza en las aulas de la ética periodística, siendo una condición indispensable para la afirmación ética de los futuros

---

<sup>270</sup>.- Cfr. BARNEY, Ralph D. (1997): “‘Journals’ as Dialogue Assignments in Ethics Courses”. En *Journal of Mass Media Ethics* vol. 12 N° 4, pp. 243-245.

<sup>271</sup>.- Cfr. BIRKHEAD, Douglas (1997): “Should Professional Competence Be Taught as Ethical?”. En *Journal of Mass Media Ethics* vol. 12 N° 4, pp. 211-220.

<sup>272</sup>.- Cfr. REIS, Raul (2000): “Teaching Media Ethics in a Multicultural Setting”. En *Journal of Mass Media Ethics* vol. 15, N° 3, pp. 194-205.

<sup>273</sup>.- Cfr. BAKER, Sherry (1997): “Applying Kidder’s Ethical Decision-Making Checklist to Media Ethics”. En *Journal of Mass Media Ethics* vol. 12 N° 4, pp. 197-210. El artículo describe el modelo de la lista de control de R.Kidder, aplicado a los medios de comunicación, cuya secuencia es la siguiente: Reconocimiento de un conflicto moral, determinación del actor o actores, recopilación de los hechos relevantes, prueba del bien frente al mal, prueba de los paradigmas del bien, aplicación de los principios, determinación de opciones, toma de decisión y revisión de la decisión adoptada.

profesionales, debe ser complementada en las propias redacciones de los medios de comunicación, en las prácticas profesionales, pues como parece sugerir un estudio de Hanson, los estudiantes tienen aún una idea equivocada de los desafíos éticos que realmente se presentan en los medios de comunicación, no tanto respecto de las cuestiones más tradicionales de la ética periodística, como la intimidad, el derecho de rectificación o la objetividad, sino sobre algunas aplicaciones concretas que tienen que ver con los nuevos desafíos en los medios: grandes fusiones de medios, periodismo en línea, o transmisión de noticias las 24 horas del día<sup>274</sup>. De igual forma, la diversidad cultural y de enfoques éticos obliga a una atención más cercana a una dinámica demográfica y social que reconduce con gran velocidad los valores imperantes en una sociedad, lo cual demanda un ensanchamiento de las miras en torno a la ética periodística<sup>275</sup>.

De otro lado, Argandoña ha criticado en los cursos de ética la presentación de teorías éticas diversas: ética deontológica, utilitarismo, ética de las virtudes u otras, lo cual a su juicio fomenta el relativismo ético, pues el alumno puede quedar con la percepción de que no hay criterios éticos firmes, sino que estos son objeto de libre elección de los interesados. Richardson, a su vez, ha cuestionado que los cursos de ética periodística sean una suerte de compendios de lo que los periodistas no deben hacer. Por el contrario, propone cuatro criterios en estas materias: el curso debe ser afirmativo y decir qué es lo que se debe hacer en lugar de lo que no debe hacerse; debe ser sistemático y ofrecer un camino práctico para la toma de decisiones; debe ser integral, procurando vincular las buenas éticas con los buenos periodistas; y debe ser definitivo, ofreciendo respuestas correctas o erróneas<sup>276</sup>.

---

<sup>274</sup>.- Cfr. HANSON, Gary (2002): “*Learning Journalism Ethics: The Classroom Versus the Real World*”. En *Journal of Mass Media Ethics* vol. 17 N° 3, pp. 235-247. Otro artículo plantea también la búsqueda entre los estudiantes de verdades más profundas, que ayuden a entender las implicaciones éticas de la acción de los medios de comunicación, respecto del malestar racial, la economía o los más diversos tópicos sociales. Cfr. BUGEJA, Michael (1993): “*Journalism students seek greater truth*”. En *Editor and Publisher* vol. 120 June 27, p. 34.

<sup>275</sup>.- Cfr. BRISLIN, Tom y WILLIAMS, Nancy (1996): “*Beyond Diversity: Expanding the Canon in Journalism Ethics*”. En *Journal of Mass Media Ethics* vol. 11 N° 1, pp. 16-27.

<sup>276</sup>.- Cfr. RICHARDSON, Brian (1994): “*Four Standards for Teaching Ethics in Journalism*”. En *Journal of Mass Media Ethics* vol. 9 N° 2, pp. 109-117.

La enseñanza de la ética periodística, como puede verse, no está libre de desafíos. Ana Lucía Urrea Henao<sup>277</sup> ha reflexionado sobre las dificultades temáticas, curriculares y pedagógicas con las que se encuentra el quehacer de la enseñanza de la ética. Hay incluso posiciones contrarias a la enseñanza de la ética. Antonio Argandoña<sup>278</sup> ha enumerado una serie de argumentos que podrían ser invocados por los detractores de esta disciplina. Estos pueden, a nuestro juicio, ser reunidos en cuatro grupos: los alumnos están interesados en la disciplina específica por la que optaron y no en la ética; la ética no se puede aprender en clase; la enseñanza de la ética implica una imposición de valores; los valores predominantes son contrarios a la ética. Coinciden estas críticas con las que Payne encontró entre estudiantes canadienses de periodismo<sup>279</sup>. Esos criterios, sin embargo, son contestados por el mismo Argandoña, quien ha citado evidencia empírica sobre el positivo impacto de los cursos de ética, aunque éste no siempre sea duradero.

La enseñanza de la ética, podemos resumir, demanda contenidos apropiados que creemos están muy bien compendiados en las cuatro moralidades básicas a las que ha aludido Barroso. Hay que cuidar también de darle a los contenidos un sentido positivo, de lo que debe hacer y no tanto de lo que no debe. Los contenidos, sin embargo, no pueden tener un propósito de adoctrinamiento sino que han de ofrecer elementos de juicio para motivar un pensamiento autónomo. Un factor esencial en la enseñanza de la ética será también el profesor del curso, tanto por su autoridad para el dictado de la

---

<sup>277</sup>.- Al respecto, la autora ha señalado que se ha caído en la creencia que se puede enseñar ética sin necesidad de acudir a sus fundamentos filosóficos. Defiende la identidad de la ética con la filosofía moral, por ello destaca que sus fundamentos más profundos están en la filosofía. En esa línea argumental confronta la posición de quienes pretenden enseñar la ética profesional, propia de cada disciplina, premunidos de manuales divorciados de los fundamentos filosóficos. Más adelante la autora se centra en el proceso de enseñanza aprendizaje de la filosofía moral en Universidades colombianas y, particularmente, en la Universidad del Quindío, a partir del trabajo de campo realizado a través de entrevistas en profundidad. Aboga por una nueva relación entre pedagogía y filosofía. Cfr. URREA HENAO, Ana Lucía (2005): *Elementos para la enseñanza de la filosofía moral en el programa de Filosofía de la Universidad del Quindío*. Armenia (Colombia), Universidad de Manizales. Universidad del Quindío. Tesis de Maestría en Educación. El documento citado fue recuperado el 17 de agosto de 2008 en: [http://64.233.169.104/search?q=cache:OSnZe\\_r\\_d98J:correo.umanizales.edu.co/tesis/MaeEdud/o/Tesis%2520Filosofia%2520Moral%2520-2520Ana%2520Lucia%2520Henao%2520corr.pdf+%22Ense%C3%B1anza+de+la+%C3%A9tica%22&hl=es&ct=clnk&cd=257&gl=pe](http://64.233.169.104/search?q=cache:OSnZe_r_d98J:correo.umanizales.edu.co/tesis/MaeEdud/o/Tesis%2520Filosofia%2520Moral%2520-2520Ana%2520Lucia%2520Henao%2520corr.pdf+%22Ense%C3%B1anza+de+la+%C3%A9tica%22&hl=es&ct=clnk&cd=257&gl=pe).

<sup>278</sup>.- Cfr. ARGANDOÑA, Antonio (1999): *op. cit.*

<sup>279</sup>.- Cfr. PAYNE, Nancy (1992): *Teaching the "unteachable". Toward a model for ethics instruction in Canadian university schools of journalism*. Ottawa, Carleton University. Tesis para obtener el grado de Master en Periodismo.

materia como por su competencia pedagógica y su consecuente capacidad para elegir los métodos más adecuados. Entre estos se sugieren los llamados métodos activos que promueven la participación del estudiante y, de modo particular, los estudios de casos. Existen posiciones contrarias a la enseñanza de la ética. Aunque son poco sostenibles, es necesario admitir que esta materia, dada su peculiar naturaleza, no puede confiarse exclusivamente a las aulas universitarias. Hay un aprendizaje cotidiano que es propio de la familia y del entorno social.

### III.6. Deontología periodística y sus contenidos clásicos

Los conceptos de ética periodística y deontología periodística son en verdad sinónimos, en tanto tienen un mismo contenido, pues ambos constituyen la ética aplicada al periodismo. Pero cuando los autores se refieren a la deontología se suele aludir a los deberes ya sistematizados, generalmente en normas, preceptos y códigos. En tal sentido nos parece conveniente subrayar algunas ideas en torno de este concepto.

La palabra deontología, en su origen etimológico, proviene de los términos griegos *δεον* —que significa lo obligatorio, lo justo, lo debido— y de *λογος* que significa ciencia, tratado o investigación. El primero en usar el vocablo deontología fue el padre del utilitarismo<sup>280</sup>, el filósofo inglés Jeremy Bentham (1748-1832), sobre la base de los términos griegos citados en su obra *Deontology, or the Science of Morality*, publicada en 1834, once años antes de la *Deontologie Médicale*, de Max Simon, quien identificaba ya la deontología con la ética profesional.

Los autores coinciden en señalar a la deontología como la ciencia de los deberes, de las obligaciones. Afirmar Barroso que la deontología “es una ciencia de normas que sirven de medios para alcanzar normas que se consideran fines”. La deontología no sería una disciplina estrictamente normativa, sino descriptiva y empírica, cuya finalidad es la determinación de los deberes y de los códigos a observarse en cada profesión.

---

<sup>280</sup>.- El utilitarismo tiene todavía aplicaciones en el ámbito de la deontología periodística. Cfr. CHRISTIANS, Clifford G. (2007): “*Utilitarianism in Media Ethics and its Discontents*”. En *Journal of Mass Media Ethics* vol. 22 N° 2 y 3, pp. 113-131.



El mismo Barroso ha definido así la deontología profesional:

«Se entiende por deontología profesional aquella parte de la moral que se ocupa de determinadas obligaciones éticas que surgen en relación con el ejercicio de la profesión, en el desarrollo del trabajo y, sobre todo, en relación con los aspectos externos que tienen repercusión en la sociedad, común a los demás hombres»<sup>281</sup>.

Esos aspectos externos comunes a los demás hombres expresan la preocupación por el “otro”, a quien también se ha referido Javier Darío Restrepo como punto de partida para lo ético. Él se ha preguntado: “¿Quién es el otro?”, y ha respondido que es “todo ser humano del pasado, del presente o de mañana”, no sólo quien está próximo, sino también los distantes. Pero entre esos otros hay diferencias de proximidades. A los más cercanos les ofrecemos nuestra mayor atención. Ante los más distantes, en cambio, sentimos que nuestras obligaciones son menores. Esas diferencias de proximidades explican, a juicio del autor, la existencia de éticas mínimas y éticas máximas. Hay personas, dice el autor colombiano, que dan a los desconocidos un tratamiento ético máximo, como la madre Teresa, Martin Luther King o Mahatma Gandhi.

«El periodista tiene el poder de acercar a los que están distantes —agrega Restrepo—, mediante el conocimiento. Por tanto, a mayor conocimiento de los otros, mayor acercamiento. El trabajo periodístico ideal es el que, con la información, acerca a las personas y las capacita para comprenderse entre sí»<sup>282</sup>.

Ese acercamiento a los otros, nos parece, está en la esencia del quehacer periodístico y puede ser un buen punto de partida para el desarrollo de la deontología de la profesión.

Bonete, coincidiendo con los autores citados, ha dicho, aunque de un modo más específico, que la deontología es una especie de “ética de los deberes prácticos, basados en la acción libre de la persona, en su conciencia moral, carentes de reglamentación

---

<sup>281</sup>.- BARROSO, Porfirio (2007): *op. cit.*, p. 22. El mismo autor ha agregado que la deontología profesional no es sino un aspecto de la moralidad de la persona.

<sup>282</sup>.- RESTREPO, Javier Darío (2006): *op. cit.*, p. 32.

jurídica”<sup>283</sup>. Si desde un punto de vista etimológico, la deontología, el *deontos*, se refiere a los deberes y obligaciones, entonces la deontología periodística puede definirse como “el conjunto de principios éticos asumidos voluntariamente por quienes profesan el periodismo, por razones de integridad, de profesionalismo y de responsabilidad social”<sup>284</sup>. Algunas funciones de la deontología han sido descritas también por Villanueva: propone parámetros para una mejor calidad de vida mediática, optimiza el derecho a la información, coadyuva en la formación de grupos de recepción crítica, optimiza el conocimiento del buen hacer periodístico, contribuye a garantizar la independencia del periodismo y establece ámbitos de protección para la vida privada y el honor<sup>285</sup>.

Hemos visto en un apartado anterior las relaciones entre ética y derecho. Desde las dos perspectivas se ofrecen pautas para el ejercicio de la actividad periodística. En el caso del derecho es la ley, la fuente de la cual emanan los cánones a cumplir, con carácter vinculante, es decir que sujeta a una obligación establecida en la norma. Cuando hablamos de la ética, la fuente ordenada y sistematizada, de donde surgen preceptos para el ejercicio profesional, son los códigos de ética periodística, o también llamados códigos deontológicos. La ley apunta al cumplimiento de un plan mínimo de objetivos de convivencia social. El derecho penal, por ejemplo, castiga la injuria y la difamación, fijando así límites que el periodista no puede ignorar, bajo pena de sufrir el poder sancionador del Estado. La segunda fuente, la deontología, tiene mayores pretensiones. Ante ella es posible hablar de un programa máximo, que busca fines de perfección moral y que está contenido en los códigos de ética periodística, aunque no obliga bajo la presión del poder coercitivo del Estado.

Los periodistas, en las sociedades democráticas, están normalmente obligados a cumplir con los enunciados contenidos en los códigos deontológicos. Podemos afirmar que la deontología es la mejor vía para el sostenimiento de las libertades de expresión e

---

<sup>283</sup>.- BONETE PERALES, Enrique (1995): “*De la ética filosófica a la deontología periodística*”. En BONETE PERALES, Enrique (coordinador): *Éticas de la información y deontologías del periodismo*. Madrid, Tecnos, p.43.

<sup>284</sup>.- VILLANUEVA, Ernesto (2002): *Deontología Informativa. Códigos deontológicos de la prensa escrita en el mundo, op. cit.*, p. 10.

<sup>285</sup>.- Cfr. VILLANUEVA, Ernesto (2000): *op. cit.*, pp. 19-20.

información. Sin ella, el control público sería inminente, con grave riesgo para estas libertades.

Hay códigos deontológicos de contenidos muy variados. No obstante, creemos que estos no son suficientes sin instancias capaces de verificar su cumplimiento. En el capítulo siguiente nos ocupamos extensamente del autocontrol y de los mecanismos mediante los cuales se procura garantizar el cumplimiento de los principios éticos del periodismo, reconocidos en sus instrumentos deontológicos. Entre tanto, en las páginas que siguen, señalaremos algunos de los temas capitales en la deontología periodística, partiendo de las libertades de expresión e información y de sus límites en el honor y la intimidad. No ignoramos otros límites, como la imagen, la protección de la infancia y la juventud, la verdad, el derecho de rectificación y los secretos profesional, de Estado y judicial. No obstante, prestamos nuestra mayor atención a los conflictos entre libertad de información e intimidad y entre las libertades de expresión e información y el honor, pues ellos parecen ofrecer un núcleo central en la ética periodística.

#### III.6.1. La libertad de expresión

La reforma religiosa protestante marcó un punto de ruptura con el sistema teológico medieval<sup>286</sup>. Las ideas de libertad y autonomía se afirmaron con la reforma promovida por Lutero y Calvino. El libre examen de conciencia, por ejemplo, fue una manifestación de la naciente autonomía del hombre, que está en la base de la libertad de expresión. En la obra de Erasmo de Róterdam, gran figura del renacimiento nórdico en los siglos XV y XVI, se hace una defensa de la tolerancia hacia el protestantismo cristiano y la libre interpretación bíblica. Tomás Moro (1478-1535) en su *Utopía*, publicada en 1516, fue también un defensor de la tolerancia. En su isla imaginaria se prohibía la violencia y la intimidación frente a las creencias adversas, admitiéndose la libre circulación de las ideas<sup>287</sup>. Michel de Montaigne (1533-1592), un notable del escepticismo francés en el siglo XVI<sup>288</sup>, fue también un adelantado en la defensa de la libertad interior del individuo

---

<sup>286</sup>.- Cfr. ANSUÁTEGUI ROIG, Francisco Javier (1994): *Orígenes doctrinales de la libertad de expresión*. Madrid, Universidad Carlos III de Madrid y Boletín Oficial del Estado (España), pp. 138 y siguientes.

<sup>287</sup>.- Cfr. MORO, Tomás (1999): *Utopía*. Madrid, Espasa Calpe, cuarta edición.

<sup>288</sup>.- Al respecto puede consultarse la obra de Montaigne en versión española: MONTAIGNE, Michael de (2007): *Los ensayos*. Barcelona, El Acantilado (según la edición de 1595 de Marie

y del ejercicio de la capacidad de duda en el hombre y de la expresión del pensamiento mediante el diálogo.

La invención de la imprenta por Gutenberg, en 1450, constituyó otro hito en esta búsqueda por expresar el pensamiento con libertad. Pero las primeras discusiones relevantes sobre el reconocimiento de la libertad de expresión recién se produjeron a fines del siglo XVII. John Milton (1608-1674), uno de los primeros defensores de la libertad de prensa en el siglo XVII<sup>289</sup>, condenó la censura e hizo una cerrada defensa de la libertad de pensamiento y de la razón humana, en su obra *Areopagítica*, publicada en 1644.

Pero en 1662, en Inglaterra, se aprobó la llamada "*Licensing Act*" que estableció la censura previa de las publicaciones. En 1694 el Parlamento inglés planteó la revocatoria de esa norma. John Locke (1632-1704), uno de los padres del empirismo y el liberalismo inglés, fue uno de los principales opositores a la censura, pues tendía a un control estatal de todos los actos del hombre, además de atentar contra la industria de la imprenta y favorecer a los competidores extranjeros<sup>290</sup>.

La libertad de expresión fue también un clamor en Francia, en los textos y proclamas revolucionarios del siglo XVIII. Bajo su invocación se ejerció la crítica política y social<sup>291</sup>, en los "*Cahiers de Dóleances*" o Cuadernos de Quejas, institución medieval mediante la cual los nobles, clérigos y plebe exponían sus ideas e instruían a sus representantes en los Estados Generales, Parlamento de la Francia anterior a la revolución. En ellos todos tenían la posibilidad sin límites de expresar sus críticas y demandas. En estos mismos cuadernos se exigía también la libertad de expresión como un derecho de los ciudadanos, consecuencia de su libertad individual<sup>292</sup>.

La Declaración de Derechos del Hombre y del Ciudadano de 1789, en su artículo undécimo, proclamó la libre comunicación de opiniones como uno de los derechos más

---

de Gournay).

<sup>289</sup>.- Cfr. SAAVEDRA LÓPEZ, Modesto (1987): *La libertad de expresión en el Estado de derecho. Entre la utopía y la realidad*. Barcelona, Ariel, pp. 59 y siguientes.

<sup>290</sup>.- El espíritu tolerante de Locke, incompatible con toda forma de censura, se evidencia también en LOCKE, John (2005): *Carta sobre la tolerancia*. Madrid, Tecnos.

<sup>291</sup>.- Cfr. CONCEPCIÓN RODRÍGUEZ, José Luis (1996): *Honor, intimidación e imagen. Un análisis jurisprudencial de la L.O. 1/1982*. Barcelona, Bosch, pp. 179 y siguientes.

<sup>292</sup>.- Cfr. ANSUÁTEGUI ROIG, Francisco Javier (1994): *op. cit.*, pp. 393 a 400.

valiosos del hombre y estableció el derecho de todo ciudadano a hablar e imprimir libremente. Esa fue la primera formulación oficial que recogió de modo explícito el derecho a la libertad de expresión: “La libre comunicación de los pensamientos y de las opiniones es uno de los derechos más preciados del hombre; todo ciudadano puede, por tanto, hablar, escribir, imprimir libremente, salvo la responsabilidad que el abuso de esta libertad produzca en los casos determinados por la ley”. Según Ansuátegui Roig la libertad de expresión se configura en la célebre Declaración francesa como un derecho natural, propio de la naturaleza humana, poder del individuo e inalienable a partir del contrato social<sup>293</sup>.

En Norteamérica Thomas Jefferson (1743-1826) coincidió con la visión europea sobre la libertad de prensa, siendo uno de sus más notables defensores. Él concibió la prensa como un mecanismo de control del poder y resguardo de los ciudadanos frente al absolutismo del Estado. Su prédica a favor de la libertad de expresión y de los derechos de la prensa fue recogida en instrumentos jurídicos, como el artículo 12º de la Declaración de Derechos del Estado de Virginia, en 1776, que consagró la libertad de prensa por primera vez en los Estados Unidos<sup>294</sup>. También, en 1791, la primera enmienda a la Constitución de ese país estableció una prohibición al Congreso de aprobar cualquier ley que limite las libertades de palabra y de prensa, extendiendo así este derecho a toda la nación.

Otros autores, ya clásicos en la defensa de la libertad de expresión, han sido John Stuart Mill (1806-1873)<sup>295</sup>, Alexis Tocqueville (1805-1859)<sup>296</sup> y Benjamin Constant (1767-1830)<sup>297</sup>, entre otros. Ellos han destacado el papel de la prensa en la formación de la opinión pública y ante el absolutismo estatal. Estos derechos han tenido, desde un principio, una importancia capital en la estructura del Estado liberal moderno. El mismo derecho a la libertad carecería de sentido sin la posibilidad de la libre expresión. Ésta es considerada hoy garantía del pluralismo político y condición para la existencia del Estado democrático. No es casual que entre las primeras demandas sobre la libertad de expresión

---

<sup>293</sup>. - Cfr. *Ibíd.*, p. 407.

<sup>294</sup>. - Sobre el pensamiento y obra de Jefferson puede consultarse su Autobiografía. Cfr. JEFFERSON, Thomas (1987): *Autobiografía y otros escritos*. Madrid, Tecnos.

<sup>295</sup>. - Cfr. STUART MILL, John (2008): *Sobre la Libertad*. Madrid. Tecnos.

<sup>296</sup>. - Cfr. TOCQUEVILLE, Alexis de (1985): *La democracia en América*. Barcelona, Orbis.

<sup>297</sup>. - Cfr. CONSTANT, Benjamín (2002): *Sobre el espíritu de conquista. Sobre la libertad en los antiguos y en los modernos*. Madrid, Tecnos.

estuviera la exigencia del régimen parlamentario y la libertad de palabra en las cámaras inglesas.

En el ámbito hispano las Cortes de Cádiz, hace casi dos siglos, admitieron la libertad de imprenta como un límite a la arbitrariedad de los gobiernos y un medio para la ilustración de la nación y la creación de opinión pública<sup>298</sup>. La ley de prensa francesa, del 11 de mayo de 1868, se ocupó también de la materia y particularmente de la conflictiva relación entre la libertad de prensa y los derechos al honor y a la intimidad.

Como puede verse, la teoría de la libertad de expresión surge en el contexto de la ilustración. Para el liberalismo clásico aquella libertad estaba en la base de la ilustración del individuo y del control ciudadano del poder. Contemporáneamente, las libertades de expresión e información han sido consagradas como derechos fundamentales a través de los más relevantes instrumentos internacionales, como la Declaración Universal de los Derechos Humanos de 1948 (artículo 29º), la Convención Europea de Derechos Humanos de 1950 (artículo 10º), el Pacto Internacional de Derechos Civiles y Políticos de 1966 (artículo 19º) y la Convención Americana sobre Derechos Humanos de 1969 (artículo 13º).

### III.6.2. La libertad de información

El discurso clásico sobre la libertad de expresión no basta para explicar la complejidad contemporánea de la libertad de información. Peces-Barba<sup>299</sup>, tras analizar las reflexiones de Stuart Mill en su ensayo *Sobre la libertad*, señala que los hechos han variado el planteamiento liberal original, de acuerdo con el cual la libertad de expresión debía ser una defensa ante el poder público. En nuestro tiempo nuevos poderes son capaces de superar al poder político en la hegemonía ideológica y social. Ello se

---

<sup>298</sup>.- En España se había requerido por siglos la denominada "licencia de impresión". Esta aparece por primera vez en 1502, disponiendo que ningún librero, impresor de moldes o mercader, pudiera imprimir libro alguno sin la licencia de los presidentes de la audiencia de Valladolid y Granada, o de los arzobispos de Toledo, Sevilla, Burgos, Salamanca y Zamora. Cfr. PLAZA PENADES, Javier (1996): *El derecho al honor y la libertad de expresión*. Valencia, Tirant lo Blanch, p. 92.

<sup>299</sup>.- Cfr. PECES-BARBA MARTÍNEZ, Gregorio (1995): "Crisis del discurso clásico sobre la libertad de expresión". En RAMÍREZ, Manuel (director): *El derecho a la información*. Zaragoza, Libros Pórtico, p. 80.

evidencia, creemos, en la presencia de grandes emporios económicos que, como parte de la defensa de sus intereses, mantienen la posesión de poderosos medios de comunicación.

El concepto de libertad de información está caracterizado hoy por su autonomía respecto de la libertad de expresión. Ésta última es un espacio extenso que incluye las más diversas formas de manifestación del pensamiento, incluso de carácter literario o pictórico. La primera es, en cambio, un ámbito específico de la libertad de expresión, referido de modo exclusivo al derecho a comunicar y recibir libremente información veraz por cualquier medio de comunicación<sup>300</sup>. La libertad de información es vista también como una aplicación concreta de la libertad de expresión, aunque incluye también el derecho a acceder a la información.

Una clave de la libertad de expresión está en la libre circulación de pensamientos e ideas, en forma pública<sup>301</sup>. La libertad de información, en cambio, se refiere a hechos que tienen trascendencia pública, descritos sin comentarios y apreciaciones subjetivas<sup>302</sup>. En el primer caso estamos ante opiniones, en el segundo frente a noticias. Ambos conceptos comparten elementos comunes, pero también poseen su propia especificidad. Un sector de la doctrina, según López Ullúa<sup>303</sup>, utiliza ya el concepto de libertad de comunicación para englobar en él las dos nociones.

Barroso y López Talavera también han distinguido entre las libertades bajo comentario:

---

<sup>300</sup>.- Cfr. MUÑOZ TORRES, Juan Ramón (1987): “Sobre el interés informativo y la dignidad humana”. En INNERARITY, Daniel y VAZ, Aires (editores): *Información y derechos humanos. Actas de las I Jornadas de Ciencias de la Información*. Pamplona, Ediciones Universidad de Navarra, pp. 184 y 185. También puede consultarse en LÓPEZ ULLÚA, Juan Manuel (1994): *Libertad de informar y derecho a expresarse. La jurisprudencia del Tribunal Constitucional*. Cádiz, Universidad de Cádiz, p. 40.

<sup>301</sup>.- Cfr. PASCUAL, Pedro (1993): *La libertad de expresión, un bien escaso*. Madrid, Universidad Politécnica de Madrid, pp. 4 y 5.

<sup>302</sup>.- «Informar, según su aceptación latina —dice el costarricense Luis Sáenz Zumbado—, es formar hacia fuera. Es transmitir a un sujeto externo algo que le permite informarse, es decir darse contenido. La información no tiene, por ello, nada que ver con la opinión, ni con la libertad de expresión. La opinión es la manifestación externa de la conciencia, del pensamiento, del yo interno». SÁENZ ZUMBADO, Luis (1998): “La intimidad. Un derecho inviolable frente a la cobertura periodística”. En *Revista Jurídica de Seguridad Social*, N° 8, San José de Costa Rica, pp. 37-41.

<sup>303</sup>.- Cfr. LÓPEZ ULLÚA, Juan Manuel (1994): *op. cit.*, pp. 46 y 47.

«La diferencia entre libertad de información y libertad de expresión consiste en que aquella es más restrictiva, se limita a hechos noticiables, pero que tengan un interés o trascendencia pública, o que afecten al bien común o al interés público»<sup>304</sup>.

Y luego han agregado:

«La libertad de expresión comprende también la comunicación de pensamientos, ideas y opiniones. El campo de la libertad de expresión es menos limitado que el de la libertad de información. Ambos derechos tienen también sus limitaciones: honor, intimidad, imagen, juventud e infancia; no injuriar, calumniar, difamar»<sup>305</sup>.

La libertad de expresión fue, en un inicio, un complemento de la división de los poderes públicos, en tanto instrumento de control y de prevención de los posibles excesos de los gobernantes en el ejercicio del poder. Este derecho ha tenido una mutación pues, de reducto ante el absolutismo, se ha convertido también en derecho efectivo de acceso a la información y a los canales de comunicación, para garantizar una opinión informada<sup>306</sup>.

Una primera generación en la aplicación del derecho a la libertad de expresión responde a una concepción defensiva: el derecho a no ser coaccionado por la censura y las regulaciones del Estado absolutista. Una segunda generación en el ejercicio de este derecho tiene un carácter más positivo, referido al derecho a participar del debate público emitiendo una opinión informada. Ello exige el libre acceso a las fuentes de información y a los canales de comunicación. Se ha transitado así de la libre expresión a la libre

---

<sup>304</sup>.- BARROSO ASENJO, Porfirio y LÓPEZ TALAVERA, María del Mar (1998): *La libertad de expresión y sus límites constitucionales*, op. cit., p. 49.

<sup>305</sup>.- *Ibídem*.

<sup>306</sup>.- Cfr. SÁNCHEZ GONZÁLEZ, Santiago (1992): *La libertad de expresión*. Madrid, Marcial Pons Ediciones Jurídicas S.A., p. 84. El autor se ha preguntado: «... ¿es posible superar dialécticamente la concepción meramente negativa o defensiva de la libertad de expresión?; ¿es posible reivindicar la libertad de expresión no ya sólo como liberación de la censura previa y de interferencias, sino como un derecho judicialmente garantizado a obtener determinadas(s) prestación(es)?». *Ibídem*, p. 94. Sobre el derecho de acceso a la información puede consultarse también una serie de trabajos publicados en VILLANUEVA, Ernesto y LUNA PLA, Issa (coordinadores) (2001): *El derecho de acceso a la información. Visiones desde México y la experiencia comparada*. México, Universidad Iberoamericana.



información, lo cual implica el más amplio acceso a la información y la existencia de una extensa pluralidad de medios de expresión.

También la libertad de expresión ha evolucionado desde el punto de vista de la titularidad de este derecho. En un inicio ésta correspondía al ciudadano, individualmente considerado, hoy alcanza, de igual forma, al conjunto de la sociedad, aunque su ejercicio sea individual. Ello es una condición del Estado democrático de derecho y de la sociedad abierta y plural. Sobre este reconocimiento de la sociedad como sujeto de la información, Muñoz Torres ha afirmado que la tarea central de los medios es servir al público, en la medida que a él se deben<sup>307</sup>. Sobre esta suerte de deuda con el público (o con la sociedad) se ha pronunciado también José María Desantes Guanter (1924-2004): “El deber de informar —dice— consiste en dar a cada uno la información porque es suya, porque tiene un derecho precedente sobre ella...”<sup>308</sup>. Cuando se habla de medios de comunicación se alude, precisamente, a su función "mediática", es decir de mediadores, que actúan por tácita delegación de la sociedad, para atender sus legítimos intereses de información. La tarea informativa debe tener pues, como criterio prioritario, el interés del usuario, legítimo acreedor de la información.

Carlos Soria ha explicado también este proceso mediante el cual el derecho a la información se constituye en un deber a favor del público. Este autor se ha preguntado: “¿A quién pertenece la Información?” y ha respondido que primero fue del Poder Real, después de la empresa informativa, más tarde de los periodistas, y ahora del público<sup>309</sup>. “En el fondo de un concepto radical del trabajo periodístico se halla el derecho a la información de cada persona, verdadero motor del proceso informativo”, ha agregado Sinova<sup>310</sup>.

---

<sup>307</sup>.- Cfr. MUÑOZ TORRES, Juan Ramón (1987): *op. cit.*, p. 127.

<sup>308</sup>.- DESANTES GUANTER, José María (1994): *La información como deber*. Buenos Aires, Editorial Abaco de Rodolfo Depalma, p. 47.

<sup>309</sup>.- Cfr. SORIA, Carlos (1988): “*Más allá del capitalismo informativo*”. En *Cuadernos de Información*, N° 4-5, Pontificia Universidad Católica de Chile, pp. 4-21.

<sup>310</sup>.- SINOVA, Justino (2003): “*Acerca de la responsabilidad pública del periodista. La verdad, los derechos de los públicos y otras exigencias éticas del trabajo informativo*”. En *DOXA Comunicación. Revista interdisciplinaria de estudios de comunicación y ciencias sociales*, N° 1, Universidad CEU San Pablo, pp. 171-184.

En efecto, el nacimiento de la prensa se produce en el apogeo de las monarquías absolutistas. Así, los incipientes medios informativos se integraron en el Poder Real, que otorgaba licencia para su difusión, al mismo tiempo que se reservaba el control político de la publicación, la censura previa, la orientación de la prensa, o la negación de fuentes informativas. Con el advenimiento del liberalismo, la prensa deja de ser un privilegio otorgado por el poder. Cae entonces la justificación de la censura previa y los medios pugnan por un espacio de independencia. Hacia 1870, en medio de la segunda revolución industrial, se inicia una etapa empresarial de la información. La libertad de prensa se entenderá reductivamente como libertad de empresa de prensa. La actividad informativa no se diferenciará ya de ninguna otra actividad industrial, comercial, o de servicios, al mismo tiempo que la información, con frecuencia, se negociará como mercancía.

A fines del siglo XIX se inicia la profesionalización del periodismo. En España, por ejemplo, en 1887, se inaugura en Salamanca un primer curso para la formación de periodistas y en 1895 se funda la Asociación de la Prensa de Madrid. Soria adjudica la elaboración de los primeros estatutos profesionales de los periodistas en Europa, al desarrollo técnico de los periódicos, a la tendencia jurídica a ocuparse de las profesiones, y a la política informativa de los fascismos imperantes. Aparecen entonces los primeros Códigos deontológicos y se desarrolla la teoría de la cláusula de conciencia, la libertad ideológica y el deber de fidelidad de los periodistas a su empresa y al público. Se regula el contrato de trabajo informativo, se subrayan los derechos de autor de los redactores y columnistas y se crean sociedades de redactores y Consejos de Prensa, para impedir las intervenciones estatales. La comprensión de la información como un derecho del público marca una nueva etapa y representa una auténtica revolución. La información ya no será algo que atañe sólo a periodistas o empresarios, sino a todas las personas<sup>311</sup>.

---

<sup>311</sup>.- Soria describe una serie de formas de participación del público en el hecho informativo: participación en concursos, respuestas a cuestionarios y entrevistas, colaboraciones esporádicas, suministro de datos, anuncios, cartas al director, el derecho de rectificación, el derecho de acceso a la información, entre otras. Todas ellas son hoy insuficientes para describir este fenómeno, en medio de la revolución tecnológica presente. La información se convierte así en un acto de justicia, mediante el cual se da a cada uno lo suyo. No es solamente un derecho del público, sino sobre todo un deber. Cfr. SORIA, Carlos (1988): *op. cit.*.

Algunos conceptos sobre la libertad de información pueden ser útiles para hallar sus características y elementos más destacados. Sobre el particular Carreras de Serra ha dicho:

«El derecho a comunicar información veraz por cualquier medio de difusión constituye el derecho a la libertad de información propiamente dicha (libertad de información activa). El derecho a recibir información (derecho de información pasiva o derecho a la información)... es uno de los elementos de la libertad de expresión, una condición necesaria para su ejercicio»<sup>312</sup>.

El concepto ofrecido por Bianco es parecido:

«...se sintetiza el concepto de libertad de información en el dualismo del *derecho a informarse*, es decir derecho a la actividad de obtención para conocer la noticia, y el *derecho a informar*, o sea derecho a la actividad de difusión de la noticia obtenida»<sup>313</sup>.

El Tribunal Constitucional español ha descrito así el derecho a la libertad de información: “...se trata... de un derecho doble que se concreta en comunicar la información y recibirla de manera libre en la medida en que la información sea veraz”<sup>314</sup>.

La libertad de información tiene pues un carácter dual: el derecho de informar y el de ser informado. Ello implica la existencia de un derecho-deber, pues la libertad de informar no es la sola potestad de quien la ejerce, sino que al mismo tiempo lleva implícita la obligación de hacerlo con verdad. La libertad de información, como derecho de los ciudadanos a conocer los hechos que le conciernen, se constituye en garantía del pluralismo y sustento del estado de derecho. Ello porque posee un rol central en la formación de la opinión pública<sup>315</sup> y, por ello, en la evolución de la vida social, a la que

---

<sup>312</sup>.- CARRERAS DE SERRA, Lluís (1996): *Régimen jurídico de la información. Periodistas y medios de comunicación*. Barcelona, Ariel, p. 46. Los textos entre paréntesis pertenecen al autor.

<sup>313</sup>.- BIANCO, Rosanna (1997): *Il diritto del giornalismo. Guida alla professione*. Padova, CEDAM, p. 47. La cita es una libre traducción nuestra. Los textos en cursiva lo están también en la versión original en italiano.

<sup>314</sup>.- Sentencia del Tribunal Constitucional español N° 105, del 23 de noviembre de 1983, publicada en el Boletín Oficial del Estado del 14 de diciembre del mismo año.

<sup>315</sup>.- Sobre la naturaleza y alcances del concepto de opinión pública puede consultarse en

ofrece nuevas percepciones y pautas de comportamiento. En esa medida es también un indicador de la autenticidad de los regímenes democráticos.

Emmanuel Derieux, profesor de Derecho de los Medios de Comunicación en la *Université Panteón-Assas* (París II), ha sostenido que la noción de libertad de expresión, a la luz del liberalismo revolucionario francés del siglo XVIII, puede aparecer hoy como insuficiente y formalista, pues estaría reservada a quienes poseen los medios de comunicación. Por ello apela a una intervención más positiva del Estado que dé mayor consistencia a las libertades proclamadas. En esta perspectiva propone el *derecho a la información*, con una perspectiva más amplia, que garantice a todos por igual el verdadero disfrute del acceso a la información. “Tal noción implica también derechos y obligaciones específicas para los profesionales de la información, en nombre del derecho del público a la información, al mismo tiempo que, para éste, pueden derivarse una serie de deberes”<sup>316</sup>.

Toda la evolución descrita desemboca en la asunción de la libertad de información también como un derecho del público, lo cual conlleva necesariamente consecuencias que deben ser analizadas por la ética periodística. La contraparte de tal derecho es el deber de los profesionales del periodismo de dar al público la información que le es debida, con las características de veracidad, amplitud y oportunidad que permitan a éste formarse un juicio propio sobre los temas en los que haya un legítimo interés público. No sólo cabe pues, desde la ética, el señalamiento de los límites a las libertades de expresión e información, sino también, desde una perspectiva afirmativa, el cumplimiento del deber con los ciudadanos, legítimos acreedores de la información. Al periodista le corresponde ejercer su profesión en un marco de responsabilidad y compromiso con el público, que demanda ser informado con veracidad.

---

GARCÍA SANZ, Rosa María (1990): *El derecho a opinar libremente*. Madrid, Eudema, pp. 15 y siguientes.

<sup>316</sup>.- DERIEUX, Emmanuel (2004): “*El Derecho de la Información a la luz de los Derechos Humanos*”. En VIDAL CLIMENT, Vicente y GARCÍA MANGLANO, Miguel: *Información, Libertad y Derechos Humanos. La enseñanza de la ética y del derecho de la información*. Valencia, Fundación COSO de la Comunidad Valenciana para el Desarrollo de la Comunicación y la Sociedad, pp. 17-29. Ver p. 22.

### III.6.3. Límites a las libertades de expresión e información

Barroso Asenjo y López Talavera han desarrollado los principales límites a las libertades de expresión e información: intimidad, honor, imagen, protección de la infancia y la juventud, y la verdad. Además han referido otros límites formales, como el secreto profesional, los secretos oficiales de Estado, el secreto propio de los procesos judiciales y el derecho de rectificación<sup>317</sup>. Para efectos de este marco teórico nos centraremos en la intimidad y el honor, pues son los derechos que con más frecuencia colisionan con las citadas libertades.

El principio de una libre información, según Beria di Argentine, se inspira en criterios de pluralidad, libre acceso y control del contenido de la noticia<sup>318</sup>, pero a su vez ese mismo ejercicio implica dos condiciones: la veracidad de las fuentes y la posibilidad de rectificación. La primera es ineludible cuando admitimos el papel de la prensa en la formación de la opinión pública. Ésta no se puede edificar sobre cimientos de irresponsabilidad, indiferencia o mentira. La segunda condición es la de la tolerancia, que es un límite natural a esta libertad y que obliga a rectificar los yerros y, más todavía, exige la admisión de puntos de vista discordantes. La rectificación apunta, también, al esclarecimiento de la información y a la obtención de la verdad.

Sobre la verdad, esta cuestión esencial en las libertades de expresión e información, se ha pronunciado Desantes:

«No hay información si no hay verdad. La información no verdadera es una corrupción de la información y, en consecuencia, es peor que la falta de información y, en una segunda consecuencia, constituye la más grave vulneración del derecho a la información»<sup>319</sup>.

---

<sup>317</sup>.- Cfr. BARROSO ASENJO, Porfirio y LÓPEZ TALAVERA, María del Mar (1998): *La libertad de expresión y sus límites constitucionales*, op. cit., pp. 81 y siguientes.

<sup>318</sup>.- Cfr. BERIA DI ARGENTINE, Adolfo (1991): “*Dalla libertà al diritto*”. En JACOBELLI, Jader (a cura di): *Verso il diritto all'informazione*. Bari, Laterza & figli, p. 13.

<sup>319</sup>.- DESANTES GUANTER, José María (1976): *La verdad en la información*. Valladolid, Servicio de Publicaciones de la Diputación Provincial de Valladolid, p. 10. En esta misma obra, el autor hizo un repaso de diversas posiciones en torno de la verdad informativa. Dio cuenta de los escépticos para quienes la perfecta conformidad del objeto con lo que se dice de éste es irrealizable, y de los relativistas que parecían aludir al riesgo de error en las aproximaciones informativas. Desde el punto de vista del receptor, las dudas sobre la verdad informativa son

Chiarenza, por su parte, ha propuesto tres reglas para garantizar la veracidad y enfrentar los vicios en el proceso informativo: distinguir entre periodismo de información y de opinión; dar cuenta de las fuentes de información, evitando dar por ciertos hechos no demostrados y; asegurar el derecho de rectificación. Allí radica, a su juicio, el núcleo de la deontología periodística que tendría que ser cautelada al interior de la profesión periodística, pues de lo contrario sería una vigilancia exterior, con grave riesgo de control y censura<sup>320</sup>.

Otro límite que cabe expresar alude al uso de la libertad de información sólo como empresa económica<sup>321</sup>. Ello conlleva un recorte de la autonomía en el ejercicio de esta libertad, a favor de maximizar el beneficio empresarial e, incluso, someter la línea editorial al poder económico o al poder político, en aras de prebendas. A este periodismo se le ha llamado en Italia “giornalismo di appartenenza”, o dependiente, de una ideología o de concretos intereses.

Todos los elementos precedentes van configurando los necesarios resguardos deontológicos, que usualmente contienen los códigos de ética periodística para el correcto ejercicio de las libertades de expresión e información. Pero estos límites pueden distinguirse, en nuestra opinión, en dos planos. Uno es el que potencialmente podría afectar de modo directo e individualizado a personas que resulten perjudicadas por el agravio a su intimidad, imagen u honor. Otro es el menos evidente pero igualmente grave, que tiene repercusiones en la desinformación de la sociedad, cuyas consecuencias son más difíciles de medir, aunque pueden percibirse en el mediano plazo en los niveles de

---

aún mayores. El público, a su juicio, no cree en la objetividad de la prensa. Sin embargo, cuando se piensa en la información como deber, las demandas de veracidad son constantes. Desantes afirmó que para superar esta controversia era menester ver la información no solo como libertad o como deber, sino como derecho a la información verdadera.

<sup>320</sup>.- Cfr. CHIARENZA, Franco (1991): “*Servizio pubblico sì e no*”. En JACOBELLI, Jader (a cura di): *Verso il diritto all'informazione*. Bari, Laterza & figli, pp. 41 y siguientes.

<sup>321</sup>. Vizcarra destaca la responsabilidad que le atañe a la empresa informativa en el manejo de su principal “mercancía”: la información y concluye “que la manipulación empresarial que se ejecuta en los medios masivos de comunicación, con el fin de satisfacer intereses no colectivos, destruye notablemente la verdadera esencia de los mismos, eliminando la función social para la que fueron concebidos”. VIZCARRA, Silvia (2002): “*La responsabilidad social del periodista, frente a la noticia como mercancía*”. En *Revista Latina de Comunicación Social*, N° 46. El artículo recién citado fue recuperado en la web de la referida revista el 15 de septiembre de 2008 en: <http://www.ull.es/publicaciones/latina/2002/latina46enero/4602vizcarra.htm>.

participación ciudadana y en la calidad de ésta en la vida social. Mientras en el primer plano estamos ante agravios directos en el ejercicio de las libertades de expresión e información, que encuentran modalidades diversas de respuesta por parte de los afectados, en el segundo se afectan intereses difusos y el daño se diluye en el conjunto de la sociedad, privada de la información que le es debida.

En los epígrafes siguientes nos ocupamos de los límites más destacados de ese primer plano al que hemos aludido: intimidad y honor.

#### III.6.3.1. La intimidad

El término latino *persona* tiene su origen en la palabra griega *prosopon*, que significa máscara y que aludía a la careta de los actores en el teatro. En el derecho romano la noción de persona estaba ligada al nombre. Ser persona era ser reconocido como una unidad en la sociedad. A esta noción se sumó la percepción estoica de la *humanitas*, generándose el concepto de persona humana, poseedora de dignidad<sup>322</sup>, y del *yo* como sinónimo de autoconciencia e intimidad.

Sobre este reconocimiento surge también una amplia variedad de derechos de la personalidad: irrestricta defensa de la vida, respeto a la integridad física, individualización de la persona mediante el nombre, protección del honor, respeto por la intimidad personal y familiar, entre otros<sup>323</sup>. Se protege así una serie de cualidades de la persona, en el orden físico y objetivo, como en el inmaterial y subjetivo. Estos son derechos extra patrimoniales, ajenos a la valoración en dinero y a su comercio en el mercado<sup>324</sup>. Son anteriores y superiores a los de la sociedad y el Estado, que sólo interviene respecto de ellos para su protección.

Podemos afirmar que el derecho a la intimidad, como se desprende de lo dicho, está estrechamente vinculado con la propia dignidad humana. Es inherente a la persona y

---

<sup>322</sup>.- Cfr. ARREGUI, Vicente J. y CHOZA J. (1993): *Filosofía del hombre. Una antropología de la intimidad*. Madrid, Rial, tercera edición, pp. 429 a 431.

<sup>323</sup>.- Cfr. CREVILLÉN SÁNCHEZ, Clemente (1994): *Derechos de la personalidad, honor, intimidad personal y familiar y propia imagen en la jurisprudencia*. Madrid, Actualidad Editorial S.A., p. 21.

<sup>324</sup>.- Cfr. GÓMEZ PAVÓN, Pilar (1989): *La intimidad como objeto de protección penal*. Madrid, Ediciones Akal, p. 20.

condición para su plena realización. Forma parte de lo más personal que puede conservar el individuo. La razón de su protección obedece a la necesidad de garantizar la libertad del hombre, amenazada cuando se invade su intimidad, ese espacio natural en el que el individuo deja a salvo de cualquier intrusión sus creencias, afectos y debilidades. Cuando se pierde el control sobre esos aspectos de la personalidad se atenta contra la libertad del individuo.

Con frecuencia se ha confundido los alcances de la intimidad con los que corresponden al honor. Los juristas alemanes trataron conjuntamente, por mucho tiempo, ambos derechos. La doctrina norteamericana, en cambio, consideró el "right of privacy" como distinto a la difamación, que atentaba contra el honor. Ruiz Miguel, por su parte, ha distinguido así ambos conceptos: "Mientras las normas sobre el honor previenen frente a una descripción inexacta de la vida privada, las normas sobre la intimidad prohíben cualquier descripción de la misma"<sup>325</sup>.

Según González Gaitano "...el ámbito de la intimidad nunca lo establece la sociedad sino el propio sujeto en la medida que quiera manifestarla, en público o en privado"<sup>326</sup>. Ruiz Miguel considera elementos propios de la intimidad el honor, la propia imagen, el secreto documental y la libertad de conciencia, entre otros<sup>327</sup>. La Asamblea Consultiva del Consejo de Europa, por su parte, enumeró también en 1970 algunos elementos propios de la intimidad, en su empeño por describirla: vida de hogar, integridad física y moral, honor y reputación, reserva de hechos inútiles, fotografías, comunicaciones privadas, etc.<sup>328</sup> García Vitoria, a su vez, considera dentro del ámbito del derecho a la intimidad tanto la reserva de la identidad personal, que comprende la imagen, el nombre, la voz, la escritura, los acontecimientos personales y el pensamiento y sus

---

<sup>325</sup>.- RUIZ MIGUEL, Carlos (1992): *La configuración constitucional del derecho a la intimidad*. Madrid, Editorial de la Universidad Complutense. Tesis Doctoral, p. 171. No obstante lo dicho por el autor, es necesario precisar, desde nuestra perspectiva, que el honor no sólo se agravia mediante una descripción inexacta de la vida privada, pues también podría serlo mediante una descripción igualmente inexacta de aspectos no privados de la vida del sujeto. De igual forma, no toda descripción inexacta atenta contra el honor, pues podría, por el contrario, contribuir a su buena estima por la sociedad.

<sup>326</sup>.- GONZÁLEZ GAITANO, Norberto (1990): *El deber de respeto a la intimidad*. Pamplona, Ediciones Universidad de Navarra S.A., p. 120.

<sup>327</sup>.- Cfr. RUIZ MIGUEL, Carlos (1992): *op. cit.*, pp. 144 y siguientes.

<sup>328</sup>.- Cfr. LÓPEZ DÍAZ, Elvira (1996): *El derecho al honor y el derecho a la intimidad. Jurisprudencia y doctrina*. Madrid, Editorial Dykinson, p. 190.



manifestaciones y, de otra parte, el derecho al secreto, relativo a la correspondencia, documentos, domicilio y el de carácter profesional<sup>329</sup>.

Por nuestra parte, creemos que la intimidad comprende la *intimidad personal* en sus aspectos subjetivos —creencias, pensamiento, religión— y objetivos —corporeidad, sexualidad, sociabilidad—; la intimidad familiar que implica, relaciones familiares, asiento físico de la familia, memoria de los parientes difuntos; el domicilio, como espacio propio; el secreto de las comunicaciones; la llamada autodeterminación informativa, por la cual fijamos qué aspectos de nuestra vida pueden ser ofrecidos a las bases de datos públicas o privadas y; el secreto profesional, como manifestación ética en el ejercicio de una determinada disciplina. La intimidad alude pues a esas manifestaciones de la propia vida, respecto de las cuales su titular no quiere que sean extraídas de esa esfera para conocimiento de los demás.

### III.6.3.2. El honor

El honor, al igual que la intimidad, implica la dignidad personal y supone una doble valoración, de orden subjetivo y de orden objetivo. En el primer caso se trata de la propia autoestima, mientras en el segundo de su proyección hacia los demás, es decir, su buena fama<sup>330</sup>. El ataque al honor es siempre una degradación en la estima de la persona, a diferencia del agravio de la intimidad, que como ha sido dicho se configura con la sola irrupción en el espacio íntimo. Carmona Salgado ha dicho sobre esta distinción: “...la transmisión de hechos falsos puede suponer un ataque al honor, mientras la de un hecho verdadero referido a la vida privada lesionar la intimidad”<sup>331</sup>.

En nuestra opinión, cuando la buena fama del agraviado resulta a salvo —sea por la vía de la rectificación o por el esclarecimiento ulterior de los hechos imputados, o por la

---

<sup>329</sup>.- Cfr. GARCÍA VITORIA, Aurora (1983): *El Derecho a la intimidad en el derecho penal y en la Constitución de 1978*. Pamplona, Editorial Aranzadi, pp. 27 y siguientes.

<sup>330</sup>.- Cfr. CLAVERÍA GOSÁLBEZ, Luis Humberto (1994): “*Negocios jurídicos de disposición sobre los Derechos al honor, la intimidad y la propia imagen*”. En *Anuario de Derecho Civil*, tomo XLVII, fascículo III, Ministerio de Justicia e Interior de España, p. 34. También puede consultarse en MARTÍN MORALES, Ricardo (1994): *El derecho fundamental al honor en la actividad política*. Granada, Universidad de Granada, pp. 38 y 39.

<sup>331</sup>.- CARMONA SALGADO, Concepción (1991): *Libertad de expresión e información y sus límites*. Madrid, EDESA, p. 214.

tácita aceptación social de las conductas objeto de información—, no puede suponerse la liberación de responsabilidad en el periodista que haya atacado el honor de un sujeto noticiable, pues ese ataque podría haber afectado ya esa dimensión subjetiva a la que también hemos aludido, referida a la propia autoestima del agraviado.

En circunstancias en que el honor es afectado, se esgrime como defensa para el periodista la figura de la *exceptio veritatis*, que exime de responsabilidad cuando se acredita la veracidad del hecho imputado. Pero puede subsistir el agravio a la intimidad, sea o no cierta la información, pues ella es agredida por la sola incursión en ese reducto. Un ejemplo puede ayudar a clarificar la distinción. Supongamos el caso de un político a quien, por un medio de comunicación, se le atribuye una conducta deshonrosa en su vida conyugal. Probada la veracidad de la información el periodista podría ser eximido de responsabilidad respecto del agravio al honor, pero subsistirá la intromisión en su intimidad, pues su relación de pareja es objeto de protección por el derecho a la intimidad.

No en todos los casos, sin embargo, la sola prueba de la verdad basta para eximir de responsabilidad al periodista. Para que la intromisión en el honor sea legítima será necesario también que las informaciones verdaderas tengan interés público. Carlos Soria lo ha expresado así:

«En modo alguno, comparto el criterio de que en la protección civil del honor no deba tomarse en consideración si lo que se afirma es verdadero o falso, sino sólo si lo divulgado quita o no la fama a alguien. Debe, por el contrario, aceptarse en principio la *exceptio veritatis*. Tampoco comparto la idea de que lo mismo se difama mediante la difusión de hechos ciertos, que son delictivos, que mediante la difusión de hechos que son falsos. Mi punto de vista, por el contrario, se expresa así: la verdad de las informaciones difundidas es una condición elemental y necesaria para que la intromisión sea legítima. Pero la verdad es una condición necesaria pero no suficiente. Hace falta, por supuesto, que esas informaciones verdaderas tengan también interés público»<sup>332</sup>.

---

<sup>332</sup>.- SORIA, Carlos (1988): “Uso y abuso de la protección civil del honor”. En *Cuenta y Razón del Pensamiento Actual*, Nº 34, pp. 55-58. Ver p. 58.

La doctrina tiende a reconocer la supremacía de la libertad de expresión sobre el derecho al honor, pero a condición de que la información propalada por un medio de comunicación sea veraz y de interés público, por lo cual, a juicio del chileno Carlos Ayala, con independencia de las responsabilidades a que está sujeta la libertad de expresión, “la verdadera garantía frente a las informaciones inexactas o agraviantes lo constituye el derecho de rectificación”<sup>333</sup>.

La aceptación de esa posición deja, a nuestro entender, sin suficiente amparo ético, y eventualmente jurídico, a las personas objeto de tratamiento periodístico. De esa forma, toda la ética en la profesión podría reducirse al ejercicio del derecho a la rectificación. Podría decirse entonces en los medios cuanto se desee sobre personas e instituciones, con la única condición de aceptarse las rectificaciones correspondientes. Tal ejercicio de las libertades de expresión e información desnaturalizaría su función en la sociedad y convertiría a los medios en cruentos escenarios de toda clase de disputas, donde todos los insultos y agravios podrían tener cabida a condición de que puedan ser contestados por los afectados. Ello podría devolvernos en el tiempo a aquella época en que los periódicos vivían de los comunicados o remitidos, que mencionamos en el capítulo V de esta tesis y que constituyeron un momento de vergüenza en la prensa peruana.

La rectificación es, por supuesto, un mecanismo consagrado en los códigos deontológicos y en la propia legislación de prensa. Pero es un recurso posterior a la afectación del derecho del sujeto noticiable. La ética tiene un irrenunciable carácter de prevención que debe imponer límites propios al ejercicio mismo de la actividad periodística, evitando hasta donde sea posible el daño a las personas, individualmente consideradas, y a la sociedad.

#### III.6.4. Solución de conflictos entre intimidad y libertad de información

Con frecuencia se invoca la libertad de información, ante la demanda de quienes sienten vulnerada su intimidad por los medios de comunicación. La intimidad forma parte

---

<sup>333</sup>. - AYALA CORAO, Carlos (2000): “*El derecho humano a la libertad de expresión: límites aceptados y responsabilidades ulteriores*”. En *Jus et Praxis*, vol. 6, N° 001, Universidad de Talca, pp. 33-52. Ver p. 46. El autor analiza en el citado artículo los alcances de la libertad de expresión y las responsabilidades que conlleva, así como la protección al honor como límite de esa libertad.

del núcleo de la personalidad, mientras la libertad de información es constitutiva del modelo democrático y sustento de las demás libertades públicas. El interés preponderante podría inclinarse hacia el campo de la libertad de información, desde un punto de vista cuantitativo, que considerase que por su valor numérico los intereses de la sociedad son superiores a los del individuo<sup>334</sup>. El argumento central es su valor en el sostenimiento de la democracia. La propia jurisprudencia del Tribunal Constitucional español parece inclinarse en ese sentido<sup>335</sup>. Una mirada más cualitativa, creemos, rescatará el derecho a la intimidad, dado el valor absoluto de la persona humana.

La preferencia de la libertad de información supone, a nuestro parecer, una insuficiente comprensión del valor de la persona humana y de la necesidad de su supremacía por sobre la sociedad y el Estado y sus instituciones. En la base misma del sistema democrático están, antes que cualquier derecho social, los derechos de la persona humana. Es a partir de su reconocimiento que pueden estos extenderse al conjunto de la sociedad. No hay en verdad contradicción sustancial entre los derechos a la intimidad y la libertad de información. Ambos tienen una misma raíz en el reconocimiento de los derechos fundamentales de la persona. Incluso es posible llevar más allá esta misma argumentación. Carlos Soria ha defendido la integridad de la persona en sus dimensiones íntima, privada y pública. “Lo íntimo, lo privado y lo público tienen la unidad de la persona humana; refleja la diversidad de la persona humana; y aspiran a la armonía y a la coherencia”<sup>336</sup>. En esta perspectiva no será válido otorgar una condición preferencial a la

---

<sup>334</sup>.- Novoa Monreal está a favor de la supremacía de la libertad de información por sobre la intimidad. Al respecto afirma: «Entre los juristas que se han ocupado del tema predomina la idea —que nosotros compartimos— de que en el caso de conflicto entre el derecho a la vida privada y los derechos de informar y de ser informado, debe reconocerse en principio la superioridad de estos últimos». (El texto entre guiones es del autor mencionado). Cfr. NOVOA MONREAL, Eduardo (1981): *Derecho a la vida privada y libertad de información. Un conflicto de derechos*. México, Siglo Veintiuno, segunda edición, p. 181.

<sup>335</sup>.- La jurisprudencia constitucional española ha llamado "eficacia irradiante" a esa suerte de supremacía de la libertad de información sobre el derecho a la intimidad, basada en su capacidad de garantizar la existencia de una opinión pública libre. Cfr. MARTÍNEZ DE PISÓN CAVERO, José (1993): *El derecho a la intimidad en la jurisprudencia constitucional*, Madrid, Civitas, p. 141. A favor de la primacía del interés público sobre la intimidad también se ha pronunciado Cremades. Cfr. CREMADES, Javier (1995): *Los límites de la libertad de expresión en el ordenamiento jurídico español*. Madrid, La Ley, 1995, p. 212.

<sup>336</sup>.- SORIA, Carlos (1989): “La información de lo público, lo privado y lo íntimo”. En *Cuenta y Razón*, N° 44-45, pp.25-30. En este mismo sentido se ha pronunciado Carabajo Núñez, para quien un equilibrio entre el revelarse/ocultarse y el informarse/respetar posibilita una experiencia auténticamente humana. Cfr. CARBAJO NÚÑEZ, Martín: (2004): “Intimidad,

libre información, respecto de la intimidad. Por el contrario, es un imperativo de la deontología periodística hallar criterios que hagan compatibles ambos derechos fundamentales, derivados de la inalienable dignidad de la persona humana. Otros autores que se han mostrado contrarios a la supremacía automática de la libertad de información son López Díaz<sup>337</sup>, Concepción Rodríguez<sup>338</sup>, Vives Antón<sup>339</sup> y Sáenz Zumbado<sup>340</sup>.

Podría plantearse también la prioridad del derecho a la intimidad sobre la libertad de información argumentando, incluso, que esta última ha devenido en una potestad de los operadores de los medios de comunicación, más que de los ciudadanos, ejercida además sin contraparte del público usuario, imposibilitado de hacer valer su derecho de acceso a la información. No puede negarse el desequilibrio entre el individuo cuya intimidad se trata de proteger y los poderosos medios de comunicación social. No obstante, no parece prudente tampoco aferrarse a una defensa irrestricta de la intimidad en desmedro de la libertad de información.

Una configuración de negación, relativa al derecho a la intimidad, lo presenta como el aislamiento y la prohibición a los demás del conocimiento de esa esfera<sup>341</sup>. Pero este derecho puede enfrentar la exigencia de la sociedad por conocerla, expresando así una tensión entre individuo y sociedad<sup>342</sup>, entre esfera privada y pública<sup>343</sup>. No es posible admitir *a priori*, en nuestra opinión, jerarquías entre los derechos comentados, pues ambos devienen del mismo fundamento filosófico personalista: la dignidad de la persona humana. Tanto la intimidad como la libertad de información son formas de proyección de la personalidad. Admitir la supremacía de un derecho sobre otro podría conllevar a la

---

*exhibicionismo y deontología periodística*". En *Antoniano* N° LXXIX, Universidad Pontificia Antoniana, pp. 101-128.

<sup>337</sup>.- Cfr. LÓPEZ DÍAZ, Elvira (1996): *op. cit.*, p. 296.

<sup>338</sup>.- Cfr. CONCEPCIÓN RODRÍGUEZ, José Luis (1996): *op. cit.*, p. 224.

<sup>339</sup>.- Cfr. VIVES ANTÓN, Tomás S. (1995): "*La libertad de expresión e información: límites penales*". En RAMÍREZ, Manuel (director): *El derecho a la información*, Zaragoza, Libros Pórtico, p. 114.

<sup>340</sup>.- Cfr. SÁENZ ZUMBADO, Luis (1998): *op. cit.*, pp. 37-41.

<sup>341</sup>.- La intimidad, por el contrario, podría configurarse positivamente, como un derecho de expresión privada, sobre la forma y medida en que se ofrece al exterior la información personal. Al respecto Gómez Pavón dice: «Actualmente parece afirmarse la idea de concebirla (a la intimidad) no sólo como la frontera que no puede cruzarse, aquella parte reservada de la vida, sino como el último reducto de la libertad con un sentido positivo». GÓMEZ PAVÓN, Pilar (1989): *op. cit.*, p. 35.

<sup>342</sup>.- Cfr. ROMERO COLOMA, Aurelia M. (1985): *Los bienes y derechos de la personalidad*, Madrid, Trivium, p. 40.

<sup>343</sup>.- Cfr. GÓMEZ PAVÓN, Pilar (1989): *op. cit.*, p. 16.

desprotección total del derecho en situación subordinada. Para resolver este conflicto será necesario fijar con precisión el punto de colisión en cada caso, procurando siempre el menor menoscabo de un derecho para garantizar el otro<sup>344</sup>. Para ello han sido aportados ciertos criterios.

*La regla del interés público* supone, por ejemplo, una ponderación objetiva en cada caso concreto, que mida la necesidad social del menoscabo de la intimidad. Si de ello resulta que el interés público de la información es prioritario a la protección de la intimidad, estaremos entonces ante un supuesto de ejercicio legítimo de un derecho, basado en una causa de justificación, capaz de justificar la lesión de la intimidad. Pero aun en este extremo la lesión se justificará únicamente en la medida exacta de la defensa del interés público, sin que ello signifique la anulación del espacio íntimo<sup>345</sup>. No está en juego en tal caso el derecho de la prensa, sino el de la sociedad a acceder a la información que le atañe. La actividad del periodista, en tal circunstancia, es meramente instrumental<sup>346</sup>. El ciudadano tiene derecho a saber sobre los asuntos de interés público, aunque es pertinente la pregunta de Agnese: ¿a saber qué?<sup>347</sup> Los asuntos públicos no se limitan hoy a la administración del Estado<sup>348</sup>. Hay allí un campo todavía por explorar.

*Los criterios subjetivo, espacial y objetivo* han sido explicados por García San Miguel<sup>349</sup>. Él los llama sistemas. El sistema *subjetivo* parte de la distinción entre personas públicas y privadas<sup>350</sup>. El sistema *espacial* hace coincidir los límites de la intimidad con

---

<sup>344</sup>.- Cfr. CARMONA SALGADO, Concepción (1991): *op. cit.*, p. 224.

<sup>345</sup>.- Cfr. WARREN, Samuel y BRANDEIS, Louis (1995): *El derecho a la intimidad*. Madrid, Civitas, p. 62. Desde fines del siglo XIX los autores, precursores del derecho a la intimidad, reconocieron que este derecho no impedía la publicación de cuanto fuera de interés general.

<sup>346</sup>.- Bechelloni ha descrito la libertad de información como derecho de los ciudadanos, antes que de los propios periodistas. Cfr. BECHELLONI, Giovanni (1991): “*Il diritto a non essere imbrogliati*”. En JACOBELLI, Jader (a cura di): *Verso il diritto all'informazione*. Bari, Laterza & Figli, pp. 7 y siguientes.

<sup>347</sup>.- Cfr. AGNESE, Gino (1991): “*Diritto a che cosa?*”. En JACOBELLI, Jader (a cura di): *op. cit.*, p. 3.

<sup>348</sup>.- Camps, siguiendo a Berger y Luckman, señala que lo público coincide con el mundo del trabajo y la producción, mientras lo privado se relaciona con el ocio y el consumo. Cfr. CAMPS, Victoria (1989): “*La reconstrucción de lo público y lo íntimo*”. En CASTILLA DEL PINO, Carlos (editor): *De la intimidad*. Barcelona, Grijalbo, pp. 63 y 64.

<sup>349</sup>.- Cfr. GARCIA SAN MIGUEL RODRIGUEZ-ARANGO, Luis (1992): “*Reflexiones sobre la intimidad como límite de la libertad de expresión*”. En GARCIA SAN MIGUEL, Luis (editor): *Estudios sobre el derecho a la intimidad*. Madrid, Editorial Tecnos S.A., pp. 22 y siguientes.

<sup>350</sup>.- Según este sistema se puede informar acerca del hombre público y se debe guardar reserva de lo relativo a la persona privada. Sobre este punto Martín Morales dice: «La preferencia de la

los de la propiedad<sup>351</sup>. El sistema *objetivo* distingue entre conductas pública y privada<sup>352</sup>. A partir de esos criterios el autor ha propuesto cuatro principios: i) libertad de información para lo que cualquiera haga al *servicio de los demás*. Es el caso de políticos, servidores públicos, profesionales, artistas, etc.; ii) restricción de la libertad de información en todo aquello que hagan las personas para *satisfacer sus propias necesidades*: salud, higiene, sexualidad, economía familiar, etc.; iii) libertad de información para las *conductas privadas de trascendencia pública*, es decir aquellas privadas que ulteriormente pueden afectar a los demás; y iv) consideración especial para *actividades privadas destinadas a satisfacer las propias necesidades, pero realizadas fuera del ámbito privado*. Es el caso de quien asiste a un espectáculo o a un acto religioso, etc.

*El punto de vista de los medios utilizados.* Para Espinar la intimidad se protege sancionando la intromisión producida a través de medios “...de los que razonablemente no puede protegerse el sujeto”<sup>353</sup>. De esta forma los límites entre intimidad y libertad de información no corresponderían al espacio físico vulnerado, ni a la intencionalidad, sino a los medios utilizados para ingresar en el ámbito íntimo. Parecida opinión expresa González Gaitano, para quien la intimidad “...no padece por el conocimiento, sino por la “violencia” a esa libertad interior”, que priva de la libertad propia de la esfera íntima y permite la manipulación de la persona<sup>354</sup>.

---

libertad de expresión alcanza su máximo esplendor cuando es ejercida por informadores profesionales y, más aún, si lo es en labor de crítica a las personas y cargos públicos. Sin embargo, dicha supremacía se invierte cuando la información se refiere a personas que viven recluidas en la privacidad». MARTÍN MORALES, Ricardo (1994): *op. cit.*, p. 68. Una versión moderada plantea que el hombre público no carece de vida privada, en tanto la persona privada tampoco carece de vida pública.

<sup>351</sup>.- Situaciones íntimas serían las que ocurren en la vivienda o en lugares atribuidos en exclusiva: el ambiente de trabajo, un restaurante, hotel, cabina telefónica, etc. Lo público sería, a su vez, lo que ocurre en el espacio común. Sin embargo, hay hechos que, aún acontecidos en espacios reservados, tienen consecuencias en la sociedad y, por ello, deben ser informados. También hay circunstancias que ocurren en espacios públicos, pero que sólo interesan a la persona afectada. Cfr. MOLINERO, César (1989): *Teoría y fuentes del derecho de la información*. Barcelona, Promociones y Publicaciones Universitarias, pp. 125 y siguientes.

<sup>352</sup>.- Al respecto García San Miguel afirma: «...pública sería la actividad del ministro, en el ejercicio de su cargo y también la del banquero, el obispo, el profesor y el portero de la finca. Privado sería todo aquello que la persona realiza para satisfacer las necesidades propias, por tanto, la comida, el vestido, el aseo, la relación entre amigos y con la pareja, etc. El criterio está en que la actividad realizada satisfaga necesidades *ajenas* o *propias*». GARCÍA SAN MIGUEL RODRÍGUEZ-ARANGO, Luis (1992): *op. cit.*, p. 25.

<sup>353</sup>.- ESPINAR VICENTE, José María (1992): “La primacía del derecho a la información sobre la intimidad y el honor”. En GARCÍA SAN MIGUEL, Luis (editor): *op. cit.*, p. 46.

<sup>354</sup>.- Cfr. GONZÁLEZ GAITANO, Norberto (1990): *op. cit.*, p. 136.

Aunque en cada caso debería realizarse la ponderación de los intereses en juego, es posible describir algunas categorías que pueden ayudar a clarificar el interés predominante. Creemos pues que la intimidad prevalece sobre la libertad de información en i) la satisfacción de necesidades propias de orden material, espiritual, profesional o afectivo, tales como bienes y situación financiera, práctica religiosa y convicciones ideológicas, carrera profesional y ocio, amores y sexualidad, recuerdos, salud, deseos y estados de ánimo, correspondencia, comunicaciones telefónicas, conversaciones íntimas, celebraciones familiares, entre otras; ii) en aquellos actos realizados en un espacio particular; y iii) cuando hay ánimo de ofensa y agravio.

No obstante, esta preeminencia puede revertirse cuando hay una legítima causa de justificación: i) en actuaciones al servicio de los demás o de interés público, como la política, la administración pública, el ejercicio profesional y laboral, donde su ejercicio puede generar perjuicios a terceros; ii) en actuaciones privadas de trascendencia pública, por ejemplo el padecimiento de un mal, cuando quien lo sufre adopta conductas de riesgo respecto de su contagio; iii) sobre hechos históricos o científicos, en la medida que se acredite la relevancia del dato para la solución de un dilema científico o para la comprensión de un suceso histórico, tras un lapso prudente luego de la desaparición física del personaje; iv) con autorización del noticiable, cuando éste consiente en la revelación de aspectos de su intimidad; v) por falta de reserva del ámbito íntimo, cuando aun sin mediar autorización expresa puede desprenderse del comportamiento del noticiable su aprobación de la publicidad de algún aspecto de su vida íntima; vi) en lugar público, siempre que los hechos sean de interés público y que no lleven implícito el desmerecimiento del personaje ante la sociedad; vii) por la proyección pública del sujeto, constituido en referente y modelo social de comportamiento, en el caso de la difusión de su imagen o su voz, pero no de aspectos más subjetivos como creencias o romances; viii) con medios legítimos, cuando el noticiable puede protegerse razonablemente de los embates de la prensa; ix) cuando la imagen o la voz son accesorias a una información. Es el caso de un transeúnte fotografiado en las inmediaciones de un determinado suceso<sup>355</sup>.

---

<sup>355</sup>.- Sobre estas categorías nos hemos ocupado en VÁSQUEZ, Aldo (1998): *Conflicto entre Intimidad y Libertad de Información*. Lima, Universidad de San Martín de Porres. También en VÁSQUEZ, Aldo (1999): “La colisión entre los derechos a la intimidad y a la libertad de información”. En *Gaceta Jurídica*, tomo 65-B, pp. 13-20.



El periodista, frente a la colisión de derechos que nos ocupa, debe encontrar elementos que le permitan valorar las específicas características de cada caso, para realizar una correcta ponderación de los intereses en conflicto y, con ello, una decisión acertada respecto de la primacía de la intimidad o la libertad de información. Ello implica decisiones éticas. La primera de ellas es asumir con responsabilidad su labor profesional, lo cual lo obliga a realizar esta ponderación, haciendo uso de las reglas descritas o de otros instrumentos que le permitan formar un juicio racional y argumentado. La segunda es la toma de decisión sobre el contenido de lo que debe informarse, así como las condiciones y la oportunidad en que tales contenidos deben presentarse a la opinión pública. Ese momento culminante, que expresa la voluntad ética del periodista debe considerar, claro, el interés preponderante en cada circunstancia.

#### III.6.5. Solución de conflictos entre honor y libertades de expresión e información

Hemos destacado en las páginas precedentes los criterios para abordar los conflictos producidos entre intimidad y libertad de información. Al amparo de esta última se presentan datos y hechos. En el ejercicio de la libertad de expresión, en cambio, se plantean ideas y opiniones. A diferencia del primer conflicto analizado, desde la libertad de expresión podrá atacarse el honor de las personas, pero no su intimidad.

Al igual que en el conflicto entre intimidad y libertad de información, la confrontación entre honor y libertad de expresión ha de conducirnos a una necesaria ponderación de los bienes en conflicto. No es posible tampoco en este caso asumir *a priori* la supremacía de uno u otro. En verdad, el correcto ejercicio de la libertad de expresión no tendría por qué colisionar con el derecho al honor. Ambos derechos fundamentales son concurrentes y pueden encontrar una perfecta adecuación. La mentira, el insulto, la agresión verbal o el agravio en la dignidad personal del afectado y en su buena fama, no constituyen la proyección debida de la libertad de expresión ni están amparados por la ética periodística ni por el derecho. En tal sentido podría considerarse que no es posible infligir daño al honor desde la libertad de expresión. Barroso, por ejemplo, desestima la existencia de conflicto entre ambos derechos.

Plantea, por el contrario, la existencia de conflicto entre honor y libertad de información.

En cualquier caso, el conflicto entre estos derechos no parece resolverse con criterios abstractos, sino sobre la base de las concretas circunstancias ocurridas. Mientras de una parte se plantea una teoría de los límites, que está recogida ordinariamente en los textos constitucionales, y que presupone que el honor tiene la supremacía en el conflicto y se convierte en barrera infranqueable para la libertades de expresión e información, de otra parte autores como Carlos Soria<sup>356</sup> la niegan, y tienden a suponer un predominio de la libertad de información sobre el honor, siempre que la información vertida sea verdadera, de interés público y presentada con corrección.

Por nuestra parte consideramos, como en el conflicto entre la intimidad y la libertad de información, que es necesaria una adecuada ponderación de los derechos en pugna. Para ello pueden seguirse cuando menos tres reglas que se derivan de la opinión de Soria: la justificación del legítimo interés público, esto es la capacidad de afectación que tiene la conducta censurada respecto de terceros o sobre el bien común; la comprobación de la veracidad de las imputaciones; y la actitud comedida del informador, que no procura el escarnio del sujeto noticiable, sino el bien común de la sociedad.

La primera regla demanda del profesional la evaluación y verificación del grado en que la conducta censurada puede causar daño a otras personas o al conjunto de la sociedad. Por el contrario, conductas inocuas, que en ningún caso pueden ocasionar perjuicios, carecerían de legítimo interés público y por ello no tendrían por qué ser informadas. El juicio moral del periodista sobre tales comportamientos, a nuestro parecer, no es suficiente para su divulgación, si estos no comprometen los intereses de terceros.

La segunda regla exige un obvio deber de diligencia por parte del periodista, quien debe establecer de modo fehaciente la veracidad de los hechos sobre los que se propone informar. Ello implica la verificación de sus fuentes, la confrontación de los

---

<sup>356</sup>.- Cfr. SORIA, Carlos (1981): *Derecho a la información y derecho a la honra*. Barcelona, A.T.E., p. 116.

datos obtenidos, buscando la versión de todas las partes involucradas, y la necesaria escucha de aquel a quien se imputa una conducta deshonrosa.

La tercera regla impone al informador una actuación moderada, propia de quien no actúa con maleficencia ni promueve el escándalo, sino el esclarecimiento de hechos oscuros y el mayor beneficio para la sociedad.

### III.7. Conclusión

Tras analizar las relaciones entre la ética respecto de la moral y el derecho, hemos encontrado espacios de coincidencia, así como diferencias. Queda claro que nuestro ámbito de estudio se refiere a la ética periodística y no a la moral, más restringida al ámbito individual y propio de la conciencia de las personas. Aunque hay un campo común con el derecho, que comparte con la ética su interés por los valores, tampoco se enmarca nuestra investigación en esa disciplina, pues nos interesa, más que la normativa coercitiva del estado, la deontología, emanada de las instancias propias de la profesión.

No obstante, el análisis de la Teoría Tridimensional del Derecho, que hemos realizado en este capítulo, nos muestra ese espacio común entre ambas disciplinas. Creemos, en consonancia con esa teoría, que las normas jurídicas expresan también valores y principios éticos. En tal sentido, el estudio de la ética periodística en el Perú puede también a nuestro criterio ofrecer información sobre los principios que le atañen, ya contenidos en la legislación de prensa previa a la aparición de los primeros códigos deontológicos.

En el Capítulo V de esta tesis, al revisar la evolución de la prensa en el Perú, encontramos, primero en la legislación colonial y luego en la republicana, un conjunto de principios que fueron progresivamente reconocidos por el derecho y que, sólo con la aparición de los primeros códigos deontológicos, son plenamente incorporados en la deontología periodística. Podemos concluir pues, avalados por la Teoría Tridimensional del Derecho, que el estudio de la ética periodística, y particularmente de sus antecedentes, bien puede hacerse también en la legislación.

También en este capítulo hemos realizado un somero análisis de las principales teorías éticas. Cada una de ellas muestra ciertos énfasis que son, por lo general, incorporados en el ámbito de la ética profesional. Aunque no podemos afirmar la existencia de una incidencia directa entre cada una de esas teorías y la ética periodística, sí pueden señalarse algunas coincidencias. La idea del equilibrio y la prudencia de la ética clásica, la autoconciencia del deber moral en la ética kantiana, la aspiración a la perfección en la ética axiológica, la centralidad de la persona en la ética personalista, el reconocimiento de los contextos en la ética de situación, la participación simétrica de los actores sociales en la búsqueda del consenso en la ética dialógica, y la conciencia de las responsabilidades que impone el futuro en la ética de la responsabilidad indefinida, constituyen a nuestro juicio aportes relevantes a la ética periodística.

La revisión conceptual sobre la que ha girado este capítulo nos lleva, de otro lado, a esclarecer la naturaleza de la ética profesional y de la ética periodística. No nos cabe duda que es la vocación de servicio el valor más relevante detrás de toda profesión. La del periodista no es una excepción a esta regla. La particularidad radica en que el servicio que ofrece el periodista es la información que le es debida al público, al “otro”, por su propio derecho de acceso a la información, lo cual constituye una exigencia de justicia. Esta es una clave desde la cual puede descifrarse la ética periodística. Los principios contenidos en los códigos deontológicos expresan, de un modo o de otro, ese mismo deber. Tanto cuando se demanda la veracidad en la información, como el respeto del honor o la intimidad, o la protección de la infancia y la juventud, o la pluralidad e independencia. En todos los casos son manifestaciones de un mismo valor: el servicio al público en la entrega de la información que le es debida. Es decir de información verdadera que le atañe directa o indirectamente, real o potencialmente. Pero el público no es, por cierto, acreedor de toda información verdadera. Hay noticias malsanas, infamantes o denigrantes, que no poseen legítimo interés público y en consecuencia no constituyen hechos noticiables.

La ética periodística entonces puede ofrecer principios y valores, pero estos no constituyen reglas absolutas para su aplicación mecánica. Requieren, necesariamente, de la mediación del juicio racional del propio profesional, quien debe juzgar en cada circunstancia concreta la medida en que la información a la que ha tenido acceso posee

legítimo interés público. Hay, sin duda, informaciones que sin tener mayor relevancia desde el punto de vista del interés público pueden ser objeto de curiosidad o entretenimiento. No hay motivo para objetar este tipo de contenidos, siempre que no afecten el interés de terceros.

El núcleo de la ética periodística parece radicar así en esa permanente tensión entre las libertades de expresión y de información —tanto del periodista como del público— y sus límites. De ello damos cuenta al discutir los contenidos clásicos de la deontología periodística, que nosotros resumimos en los conflictos entre esas libertades y la intimidad y el honor.

En definitiva, en este capítulo hemos pretendido aportar una sistematización de conceptos que nos permita, partiendo de la ética, distinguirla de la moral y el derecho, al mismo tiempo que facilitar el tránsito hasta la deontología periodística y sus principales contenidos. Ello guarda directa relación con nuestro objeto de estudio, en tanto nos ofrece criterios claros para discernir sobre lo que podemos considerar ética en nuestro estudio empírico y aquello que no lo es.

## **Capítulo IV. El autocontrol y sus mecanismos**



#### IV.1. Introducción

En el Capítulo II de este trabajo, al repasar las bases de los modelos teóricos de la comunicación, ha sido posible destacar la influencia de los medios y su capacidad para incidir en la vida de las personas y de la comunidad. Ello a su vez exige responsabilidad y compromiso ético en el uso de los medios de comunicación. En el Capítulo III acabamos de analizar los alcances de la ética, su relación con la moral y el derecho y su aplicación en el periodismo. La concreción de la ética en el ámbito de la prensa, sin embargo, se expresa en el autocontrol y en sus mecanismos, materias que abordamos en este Capítulo. Para ello procuramos sistematizar los aportes más relevantes de la academia sobre el particular, lo cual nos permitirá fijar criterios y categorías para delimitar los alcances de esos mecanismos y para el análisis empírico de su aplicación en el Perú, en los capítulos siguientes.

A los operadores de los medios les corresponde una enorme responsabilidad que, más allá de los imperativos legales, debe responder a la propia conciencia de cada uno de ellos, pero también a los valores comunes generados y reconocidos en el ámbito de la profesión. Estos valores están frecuentemente reconocidos en documentos tales como códigos deontológicos y libros de estilo. Pero los postulados que contienen serían insuficientes si no existieran, además, organismos capaces de ejercer un cierto control sobre su cumplimiento. Sus contenidos serían sólo una apelación a la conciencia individual de cada periodista y estarían vacíos de eficacia, diluyéndose así las responsabilidades<sup>357</sup>. La ética profesional debe tener también una función orientadora para el conjunto de los profesionales y para la misma sociedad. Ello exige, frecuentemente, el pronunciamiento de órganos colegiados representativos del quehacer de la prensa respecto de conductas ambiguas en el ejercicio del periodismo, que se debaten en los límites de lo que es éticamente aceptable. Evitar ese pronunciamiento dejaría los principios éticos como enunciados sin conexión con la realidad y privaría a los profesionales y a la sociedad de orientaciones precisas, en torno de lo que es éticamente exigible en el ejercicio de la profesión.

---

<sup>357</sup>.- Sobre la necesidad de trascender los enunciados éticos y de establecer mecanismos para asegurar su observancia, nos hemos ocupado en VASQUEZ, Aldo (1998): *“La ética periodística y los responsables de su aplicación”*. En *Testimonio*, N° 61, Instituto de Estudios Social Cristianos, pp. 5-7.



Existen un conjunto de iniciativas de autocontrol de la prensa extendidas en casi todo el orbe: códigos deontológicos y normas en campos específicos, como el periodismo económico; sondeos de opinión para medir la confianza del público; índices de aceptación sobre temas, secciones y autores; consejos de prensa; correspondencia de los lectores; páginas abiertas y tribunas de opinión libre; oficinas de exactitud y control de calidad; comités ciudadanos; el *Ombudsman*; publicaciones bibliográficas sobre crítica deontológica; auditorías éticas; entre otros<sup>358</sup>. Los instrumentos más usados para esta tarea de contraste entre las conductas de los profesionales y los postulados de los códigos deontológicos, los libros de estilo y los estatutos de redacción son, sin embargo, los Tribunales de Honor, los Consejos de Prensa, los Observatorios de Medios y el *Ombudsman* de la prensa, o defensor del público. Todos estos documentos y organismos son comentados en este capítulo. Previamente, sin embargo, ofrecemos algunos necesarios alcances sobre el autocontrol y su distinción del heterocontrol.

## IV.2. Autocontrol

### IV.2.1. Antecedentes

John Merrill ha recordado cómo algunos de los más importantes mentores de la libertad de prensa, como John Milton en Inglaterra, admitieron la necesidad de limitar la libertad cuando el ejercicio de ésta podía causar un daño social.

«Quizás haya sido la *Areopagita* (1664) de John Milton el más temprano de los grandes documentos en el que se subraya el valor de la libertad. En él Milton propone su bien conocido principio de autocontrol que ha representado durante siglos una justificación de la prensa libre como se entiende en el capitalismo... la gente tendría que estar libre del control de la expresión por parte del gobierno. Sin tener la posibilidad de elegir libremente en la comunicación —creía Milton—, la gente no puede ejercer completamente su razón»<sup>359</sup>.

John Locke (1632-1704), por su parte, consideraba la razón como un control automático de la libertad, pues la gente racional pone límites a su libertad,

---

<sup>358</sup>.- Cfr. BLÁZQUEZ, Niceto (1994): *op. cit.*, pp. 88 y 89.

<sup>359</sup>.- MERRILL, John Calhoun (2007): *op. cit.*, pp. 135 y 136.

distinguiéndose así los seres humanos de los animales salvajes. Thomas Hobbes (1588-1679), en cambio, propuso su Leviatán para controlar desde fuera la libertad del hombre. El Estado era el llamado a cumplir esa función. Estas posiciones, fundadoras del pensamiento moderno, creemos que pueden señalarse como hitos iniciales tanto del autocontrol como del heterocontrol.

Esta pugna entre ambos mecanismos se ha trasladado a nuestro tiempo.

«Los profesionales de los media —ha dicho White—, como otros grupos profesionales, generalmente se resisten a la influencia directa del público en sus prácticas y se ignoran o evita que existan mecanismos de supervisión del público como los consejos de prensa. Usualmente el público tiene que recurrir a sus representantes políticos, quienes amenazan con la intervención gubernamental. Para evitarla, los profesionales de los medios hacen —al menos— gestos simbólicos de respuesta a las demandas del público...»<sup>360</sup>

José María Desantes Guanter, notable jurista, periodista y catedrático español de Derecho de la Información, ha destacado algunos sistemas que antecedieron al establecimiento pleno del autocontrol —que él fija en 1950—, pero que revelaban ya procedimientos de supervisión por la propia profesión, de materias del quehacer informativo<sup>361</sup>. El primer caso que cita es el del Tribunal de Honor creado en Suecia en 1916 por las tres entidades representativas de la profesión: Asociación de Editores de Periódicos, Asociación de Periodistas y Club de Prensa. El alcance de sus resoluciones fue estrictamente moral, pues sus integrantes no debían atenerse a normas sustantivas ni procesales escritas. En 1923 el Club de Prensa aprobó un Código de Ética, modificado 30 años después, que sirvió de pauta para la actuación del Tribunal. Un proyecto legislativo que pretendía un control estatal de la prensa catapultó una transformación del Tribunal de Honor, que se convirtió en un amplio Consejo, con atribuciones para el autocontrol informativo.

---

<sup>360</sup>.- Cfr. WHITE, Robert (1988): *op. cit.*, p. 88.

<sup>361</sup>.- Cfr. DESANTES GUANTER, José María (1973): *El autocontrol de la actividad informativa*. Madrid, EDICUSA, pp. 125 y siguientes.

En Francia se establecieron por ley, en 1935, unas Comisiones Especiales integradas por dos periodistas, dos editores y un magistrado judicial, con el objeto de evaluar las faltas cometidas por los periodistas ante la empresa periodística en la que trabajan. Estas comisiones juzgaron también, a partir de 1964, la labor de los profesionales de la radio y la televisión. La citada ley de 1935 estableció también comisiones paritarias relativas a la observancia de la cláusula de conciencia<sup>362</sup>. En Suiza se creó en 1938 una Comisión mixta de política en materia de prensa, integrada por 14 miembros de la Asociación de Editores y de la Asociación de Periodistas. La Comisión extendió progresivamente su función también al campo de la radio y la televisión, pero estaba ceñida a contribuir desde la prensa a garantizar la independencia y la seguridad nacional en el país helvético. Desantes cita también una Comisión de Arbitraje para la publicidad y Tribunales de Honor mixtos, formados por empresarios y periodistas. En Holanda se crea en 1948 un Consejo Disciplinario, por iniciativa de las asociaciones profesionales de ese país, con jurisdicción únicamente sobre los integrantes de esas asociaciones. En 1960 pasa a denominarse Consejo para el Ejercicio del Periodismo y amplía su competencia a todos los profesionales. En 1966 un convenio entre editores y periodistas estableció comisiones de redactores en cada empresa periodística y un Consejo, como segunda instancia, cuyas decisiones tenían carácter vinculante. En Luxemburgo, en 1949, se establece un Tribunal de Honor de la Asociación de Periodistas, para juzgar la actuación de los profesionales. Sus decisiones tenían una publicidad limitada, registrándose únicamente en sus actas<sup>363</sup>.

---

<sup>362</sup>.- Cfr. CARRILLO, Marc (1993): *La cláusula de conciencia y el secreto profesional de los periodistas: una aproximación al estatuto jurídico de los profesionales de la información*. Madrid, Civitas; CARRILLO, Marc (1986): "La Cláusula de Conciencia de los Periodistas en la Constitución Española de 1978". En *Revista de Estudios Políticos* (Nueva Época), Nº 49, pp. 165-181; CARRILLO, Marc (2000): "Cláusula de conciencia y secreto profesional de los comunicadores". En CARPIZO, Jorge y CARBONELL, Miguel (coordinadores): *Derecho a la Información y Derechos Humanos. Estudios en homenaje al maestro Mario de la Cueva*. México, Universidad Nacional Autónoma de México, pp. 401-434. En este último texto, el autor describe así los antecedentes de esa figura: «La cláusula de conciencia es un derecho de los periodistas que fue inicialmente reconocido en la legislación de algunos países europeos en las primeras décadas del siglo (República de Weimar, 1926; Checoslovaquia, 1927), pero, sin duda, es la ley francesa de 29 de marzo de 1935 la que aparece como el antecedente más relevante. De acuerdo con ello, la cláusula de conciencia es un derecho que permite al periodista rescindir de *motu proprio* el contrato que lo une con la empresa editora de un medio de comunicación, cuando éste manifieste un cambio en la orientación informativa o en su línea ideológica. La consecuencia de esta decisión es la percepción de una indemnización como si se tratara de un despido improcedente». Ver pp. 406-407.

<sup>363</sup>.- Cfr. DESANTES GUANTER, José María (1973): *op. cit.*, pp. 125 y siguientes.

Desantes ubica en 1950 el punto inicial de los mecanismos de autocontrol del periodismo. Es a partir de ese año que se crean “verdaderos órganos típicos de autocontrol”. Una Comisión Real designada para el estudio de la problemática de la prensa había concluido ya en el Reino Unido que cualquier intervención del Estado en el control del quehacer periodístico era incompatible con la libertad de prensa, al mismo tiempo que recomendaba un sistema de autocontrol con presencia de sectores diversos de la sociedad. La propuesta fue acogida por asociaciones de empresarios y de periodistas británicos, que constituyeron en 1953 el Consejo General de Prensa aunque sólo con representantes de editores y periodistas. Esta fórmula no satisfizo al público, que no se sintió representado en ella. Una segunda Comisión Real designada por el Parlamento recomendó un nuevo Consejo integrado por las empresas, los profesionales y la sociedad, con facultades suficientes para resolver en materias de ética periodística. Éste fue el emblemático *British Press Council*<sup>364</sup>, sucedido a partir de 1991 por la *Press Complaints Commission*, que comentamos más adelante con mayor detalle al ocuparnos de los Consejos de Prensa. En Alemania, en 1956, asociaciones representativas de editores y periodistas crean el *Deutsche Presserat*. Este Consejo de Prensa estuvo integrado sólo por personas vinculadas a la actividad periodística.

También en Polonia, desde 1956 hasta 1970, funcionó una Comisión de la Asociación de la Prensa Polaca que, en pleno régimen comunista, dirimía sobre cuestiones relativas a la censura política impuesta a la prensa. En Turquía se crea un Tribunal de Honor de la Prensa en 1960, que aplica un Código Ético aprobado por las asociaciones de periodistas. En Austria se estableció un Consejo de Prensa en 1963, con semejanzas a sus pares británico y alemán. Otros casos, aunque menos trascendentes, son los de Italia, Sudáfrica, Francia, Bélgica, Dinamarca, Corea del Sur, Israel,

---

<sup>364</sup>.- Este Consejo, que ha servido de referente en todo el mundo, tuvo una serie de características que merecen ser destacadas. Sus fines fueron preservar la libertad de expresión, mantener el prestigio de la prensa británica, examinar las denuncias sobre el comportamiento de la prensa y de las personas y organizaciones relacionadas con ella, vigilar los acontecimientos susceptibles de algún tipo de limitación de la información, informar sobre la conformación de monopolios de la prensa, plantear recomendaciones en temas de prensa y publicar informes sobre las actividades del Consejo. Veinte fueron los miembros del Consejo, quince de ellos eran directores de medios o periodistas a tiempo completo —designados por tres años en números diversos por cada una de las entidades de propietarios y periodistas que le dieron origen— y cinco eran representantes del público. Su presidente fue siempre una persona ajena al quehacer de la prensa. Se trató de personalidades independientes, invitadas por el Consejo para presidirlo. El consejo se reunía cinco veces al año y tenía comités para el tratamiento de cuestiones específicas.

Indonesia e India. Tal parece que en esos países los modelos más extendidos habrían sido, hasta los años setenta del siglo XX, el británico y el de consejos o tribunales al interior de asociaciones de periodistas o de editores, con aplicación exclusiva a sus agremiados. En este último rubro se encuentra el caso de Bélgica, donde se cuenta con una Asociación de la Prensa belga creada en 1886 y que tenía un Consejo de Disciplina y una Comisión de Deontología<sup>365</sup>.

En África también se han producido, en los últimos años, experiencias interesantes de autocontrol periodístico. De ellas da cuenta Jean Huteau, aunque la situación no es igual en todo el continente. El autor destaca, como modelo ejemplar, el caso de Sudáfrica donde existe un *Ombudsman* de la prensa y una Comisión de Apelaciones, creados en 1997 por las organizaciones de periodistas y de editores. En estos mecanismos participan los editores, los periodistas y el público, pero éste último tiene una participación mayoritaria. Es financiado por la asociación de editores de periódicos y su facultad de imponer sanciones se limita a la publicación de reprimendas y correcciones<sup>366</sup>. Otro caso que ha relevado el autor es el de Côte d'Ivoire. En ese país, en septiembre de 1995, el gobierno y los sindicatos de periodistas redactaron un código deontológico y establecieron un consejo de prensa, en base a los modelos de Alemania y de Quebec, compuestos en partes iguales por editores y periodistas. Tanto la Asociación Mundial de Periódicos y la ONG Periodistas sin Fronteras han reconocido que en Côte d'Ivoire existe una prensa independiente y que los periodistas pueden trabajar allí con seguridad.

En España, desde 1955, se crearon Tribunales de Honor para juzgar las infracciones al Decálogo Moral de los Periodistas, aprobado por la Federación Nacional de Asociaciones de la Prensa, no obstante estos obedecían a una norma administrativa y, siempre según Desantes, no tuvieron nunca la configuración propia de un órgano de autocontrol. Como tampoco lo fue el Consejo Nacional de Prensa creado en 1962, que

---

<sup>365</sup>.- Cfr. DESANTES GUANTER, José María (1973): *op. cit.*, pp. 125 y siguientes. Los periodistas belgas, afirmaba Duwaerts, han disfrutado de una justa reputación de sólida formación moral. Principios sobre el respeto a la verdad, la probidad, la dignidad, el secreto profesional o la tolerancia, son parte inequívoca de la tradición de la prensa en Bélgica. Cfr. DUWAERTS, M. León (1974): *L'Organisation de la profession ses usages et sa deontologie*. Bruxelles, Institut pour Journalistes de Belgique, pp. 30-35.

<sup>366</sup>.- Cfr. HUTEAU, Jean (2000): "*Independencia y Pluralismo en la Prensa del Sur*". En *El Correo de la UNESCO*, abril, pp. 43-45.

operó tan sólo como una instancia consultiva del Ministerio de Información y Turismo. En España, según ha sentenciado Blázquez, la prensa y la información “han estado siempre controladas por normas y leyes estatales”<sup>367</sup>. No obstante, la Federación de Asociaciones de la Prensa de España, en Asamblea realizada en noviembre de 1993, acordó un Código Deontológico de la Profesión Periodística, luego de lo cual su LV Asamblea aprobó, en mayo de 1996, la constitución de una Comisión de Autocontrol de Deontología periodística<sup>368</sup>.

En América Latina han destacado algunas experiencias, como la del Consejo de Comunicaciones en Brasil, vinculada, sobre todo, a las políticas nacionales de comunicación auspiciadas por la UNESCO, y de las que nos hemos ocupado en el segundo capítulo de este trabajo<sup>369</sup>. Aunque este era un Consejo asesor de las autoridades públicas en materia de comunicación social, tenía algunas funciones relativas a los aspectos éticos en los medios audiovisuales.

La evolución descrita da cuenta del creciente interés, a nivel universal, por los diversos mecanismos de autocontrol de los medios de comunicación. Ello no es casual, sino que demuestra, a nuestro entender, la existencia de un consenso muy amplio en torno de la necesidad de preservar las libertades de expresión e información pero, al mismo tiempo, de que el ejercicio de tales libertades se realice en un marco ético adecuado, regulado por mecanismos cuya aprobación y aplicación esté a cargo de los propios profesionales de la información.

#### IV.2.2. Objetivos

Omar Raúl Martínez, Director de la Revista Mexicana de Comunicación, explica así el objetivo de la autorregulación:

---

<sup>367</sup>.- BLÁZQUEZ, Niceto (2002): *op. cit.*, p. 117.

<sup>368</sup>.- Cfr. BARRERO ORTEGA, Abraham (2001): “Juicios paralelos y Constitución: su relación con el Periodismo”. En *Ámbitos*, N° 6, pp. 171-189. Sobre los mecanismos de autocontrol en España puede consultarse también en LÓPEZ MAÑERO, Cristina (2000): “Los mecanismos de autorregulación en los medios de comunicación españoles”. En AZNAR, Hugo y VILLANUEVA, Ernesto (coordinadores): *op. cit.*, pp. 169-203.

<sup>369</sup>.- Cfr. RODRIGUES DIAS, Marco Antonio *et al.* (1979): *Los Consejos Nacionales de Política de la Comunicación. Principios y experiencias*. París, UNESCO, pp. 11 y siguientes.

«Su propósito central es asumir marcos éticos que —mediante el establecimientos de mecanismos determinados— promuevan una responsable difusión informativa, resuelvan conflictos dentro del ámbito periodístico, y realcen y dignifiquen la imagen del ejercicio profesional»<sup>370</sup>.

En su oportunidad, Gerardo Albarrán de Alba ha descrito así los mecanismos de autorregulación:

«Los mecanismos de autorregulación son instrumentos sistemáticos que permiten llevar a la práctica los criterios deontológicos de una redacción particular. Eventualmente, pueden alcanzar a un grupo de medios o a un conjunto de periodistas agrupados en alguna organización empresarial o profesional; en ambos casos, se requiere el consenso de las partes para asegurar su plena vigencia. La sociedad participa cuando el propio medio le abre sus puertas, o bien cuando, organizada *motu proprio*, desarrolla instrumentos de vigilancia y crítica sobre los medios, convirtiéndose en elemento de fiscalización»<sup>371</sup>.

El mismo autor ha señalado también en otra ocasión que el objeto de los mecanismos de autorregulación es la elaboración de un producto informativo de calidad, con gran pertinencia social y cuyo contenido proporcione una información tal a los individuos que les permita una participación razonada en las decisiones de su comunidad<sup>372</sup>.

María Cristina Ferrer también menciona algunos objetivos básicos del autocontrol: luchar ante cualquier violación de la ética profesional, tomando medidas contra los profesionales que afectan el prestigio de la tarea informativa; luchar por la libertad de información ante la eventualidad de un gobierno hostil, promoviendo una

---

<sup>370</sup>.- MARTÍNEZ, Omar Raúl (2000): “Autorregulación informativa. Sus mecanismos para instrumentarla”. En *Revista Mexicana de Comunicación*, vol. 13, N° 66, p. 5.

<sup>371</sup>.- ALBARRÁN DE ALBA, Gerardo (2007): “Estado de la Libertad de Expresión”. En DÍAZ NOSTY, Bernardo: *Medios de Comunicación. El escenario Iberoamericano*. Madrid, Fundación Telefónica y Ariel, p. 231.

<sup>372</sup>.- Cfr. ALBARRÁN DE ALBA, Gerardo (2004): “Autorregulación periodística. Una aproximación a sus elementos medulares”. En *Revista Mexicana de Comunicación*, vol. 16, N° 84, pp. 43-46.

legislación adecuada y movilizándolo a la opinión pública a favor del derecho a la información; luchar por la libertad de información contra los monopolios de empresas informativas, denunciando el hecho e informando al público de las concentraciones de empresas periodísticas, peligrosas para el sano ejercicio de la actividad informativa; y luchar por el mejoramiento de la prensa, promoviendo la calidad y el entrenamiento de los profesionales de la información<sup>373</sup>.

Javier Darío Restrepo ha afirmado lo siguiente sobre el autocontrol:

«El autocontrol en periodismo equivale a lo que en cualquier otra empresa se llama control de calidad y cualquier empresa respetable tiene un departamento de control de calidad y su función es decirle a la empresa la verdad sobre su producto»<sup>374</sup>.

González Bedoya se ha interesado también por describir los objetivos del autocontrol, entre los cuales menciona los siguientes:

«En suma los objetivos fundamentales del autocontrol informativo son, respecto a los receptores, protegerles de los daños que la información puede causarles: falsedades, mentiras, violación de derechos como el de la intimidad, el del honor...; respecto a los competidores, promover la cooperación, la lealtad y el respeto al pluralismo, a la diversidad, a la propiedad intelectual; respecto a los miembros del colectivo autocontrolado, velar por su información moral, intelectual, científica y técnica y su periódica puesta a punto, impulsar la investigación, arbitrar los medios para que el prestigio profesional brille de la forma más incólume posible»<sup>375</sup>.

Por su parte Villanueva ha dicho que el objeto de la autorregulación es “normar la conducta de los sujetos que intervienen en la recepción, el procesamiento y la

---

<sup>373</sup>.- Cfr. FERRER, María Cristina (1986): “La autorregulación de la actividad informativa”. En *Cuadernos de Información*, N° 3, Pontificia Universidad Católica de Chile, pp. 33-56.

<sup>374</sup>.- HERRERA DAMAS, Susana (2005): “Entrevista a Javier Darío Restrepo: En periodismo el fin no justifica los medios”. En *Revista de Comunicación*, vol. 4, pp. 80-94.

<sup>375</sup>.- GONZÁLEZ BEDOYA, Jesús (1987): *Manual de Deontología Informativa: periodismo, medios audiovisuales, publicidad*. Madrid, Alambra, p. 121.



difusión de información, y su propósito final gira en torno a un doble objetivo que es al mismo tiempo una atribución capital: garantizar que las libertades informativas cumplan su función social y evitar las desviaciones de la prensa en el tratamiento informativo”<sup>376</sup>. El autor agrega que, en términos generales, puede decirse que el objeto de la autorregulación posee un conjunto de elementos constitutivos: como espacio idóneo para la defensa de las libertades informativas, como recurso para que el ciudadano pueda contar con una prensa libre y responsable, como guía y directriz de lo que debe ser un tratamiento informativo responsable, como foro para evitar la concentración de la prensa y los monopolios informativos, como espacio para discutir el papel de los medios en la sociedad, como foro para el fomento del desarrollo de la prensa, como espacio autónomo para el escrutinio público de las notas y artículos periodísticos y para mostrar al público por qué los medios hacen lo que hacen.

Sobre la base de las aproximaciones recién citadas podemos señalar un conjunto de objetivos que cabe asignar al autocontrol: la exigencia ética, el logro de altos niveles de calidad, la dignificación de la actividad periodística, el ejercicio de la responsabilidad social del informador, la solución de conflictos, la provisión de información que permita el sostenimiento de la democracia. Todos ellos son factores positivos que contribuyen a una sana y más armoniosa convivencia social. Identificados así los objetivos del autocontrol, es posible concluir en su enorme trascendencia. Sin autocontrol, no sólo se vería afectada la actividad periodística, en lo que tañe a su dignidad profesional, sino la propia democracia, pues una prensa sin controles éticos o ejercidos desde fuera de su ámbito, puede fácilmente ser instrumento de proyectos totalitarios.

#### IV.2.3. Sujetos

El autocontrol, para ser considerado como tal, ha de constituir mecanismos surgidos del propio seno de la prensa, con el propósito de garantizar niveles adecuados de autonomía y de idoneidad moral en su ejercicio<sup>377</sup>. Estos mecanismos de

---

<sup>376</sup>.- VILLANUEVA, Ernesto (2002): *Autorregulación de la prensa: Una aproximación ético-jurídica a la experiencia comparada*. México, Universidad Iberoamericana, p. 39.

<sup>377</sup>.- Cfr. BEL MALLÉN, José Ignacio (1991): “Autocontrol” (voz). En BENITO, Ángel (director): *Diccionario de Ciencias y Técnicas de la Comunicación*. Madrid, Ediciones Paulinas, pp. 114-115. El autor, aunque reconoce que las iniciativas de autocontrol pueden

autodisciplina velan por el cumplimiento de las normas deontológicas y los sujetos que los crean son los propios periodistas, las empresas informativas y los gremios profesionales y empresariales en los que están inmersos y, frecuentemente, con participación de representantes del público. El autocontrol se distingue del heterocontrol porque es ejercido por los mismos profesionales. Comprende funciones negativas de defensa y sanción y positivas de promoción moral e intelectual<sup>378</sup>.

La autorregulación, a juicio de Omar Raúl Martínez, es el resultado del compromiso voluntario de la empresa informativa, del periodista y de la sociedad. El rol de la empresa periodística es capital a este respecto<sup>379</sup>.

«De ahí que la ética periodística —al decir de Albarrán de Alba— no pueda quedar solamente restringida al ámbito de la conciencia individual de periodistas y editores que, si bien resulta indispensable, no alcanza a todo el proceso de producción informativa. Incluye, por supuesto, a la empresa informativa, que es la que provee a los periodistas de la infraestructura necesaria para difundir la información que recaban y procesan, y que tiene el poder último para determinar la orientación ideológica de los contenidos, pero que además lucra con su actividad»<sup>380</sup>.

Pensamos que es indispensable este señalamiento, pues con frecuencia se culpa a los periodistas por los bajos niveles éticos en la prensa y se alude a su falta de profesionalismo, al mismo tiempo que se reclama a las facultades de periodismo una mayor atención a la formación ética. No obstante, se olvida que hay empresas periodísticas que lucran moviéndose en los límites de lo permisible e imponiendo a sus redactores conductas reñidas con la ética. El autocontrol tiene, visto de este modo, a la empresa periodística como uno de sus sujetos centrales. Casi es posible afirmar que en gran medida el conflicto en las redacciones es entre la verdad y la rentabilidad

---

surgir del Estado, la sociedad, las organizaciones profesionales y las empresas informativas, muestra su desconfianza respecto de formas de autocontrol que no sean establecidas por organizaciones profesionales independientes.

<sup>378</sup>.- Cfr. GONZÁLEZ BEDOYA, Jesús (1987): *op. cit.*, pp. 116 y 117.

<sup>379</sup>.- Cfr. MARTÍNEZ, Omar Raúl (2000): *op. cit.*, p. 5.

<sup>380</sup>.- ALBARRÁN DE ALBA, Gerardo (2004): *op. cit.*, pp. 43-46.

empresarial. Cuando sólo se trata de vender más, la predisposición a vulnerar los principios será mayor.

El otro sujeto, ineludible, es el público, al cual se debe el medio de comunicación. Éste es el titular del derecho a la información y está llamado a participar de los procesos de autorregulación, conociendo el compromiso ético de los medios que consume, para que pueda luego evaluar su conducta. De esta forma, la mejor autorregulación es, desde nuestra perspectiva, aquella que se constituye como una suerte de transacción entre los periodistas, los medios de comunicación y representantes calificados del público. Estos son en definitiva los sujetos del autocontrol. Es verdad que el público no participa del proceso informativo sino hasta el momento en que recibe la información. Pero su participación en los mecanismos de autocontrol está ampliamente justificada, porque una auténtica voluntad de autorregulación de la prensa no podría prescindir de una actitud de escucha del público, su natural interlocutor y acreedor —como ya hemos dicho— de la información que le es debida.

#### IV.2.4. Condiciones

Para que la autorregulación sea eficaz, Cristina López Mañero ha señalado una serie de condiciones: ambiente de libertad; conciencia entre profesionales, empresas informativas, poderes públicos y sociedad de su necesidad y efectividad; carácter voluntario; representatividad del mayor número posible de profesionales o de entidades del sector; y clima social que valore los juicios morales<sup>381</sup>.

María Cristina Ferrer también ha considerado que la autorregulación no es un sistema aislado o autosuficiente, por ello necesita de unas condiciones previas que garanticen su eficacia, las mismas que coinciden con las señaladas por López Mañero: que los instrumentos de autorregulación se apliquen en un ambiente de libertad y democracia y que su creación sea voluntaria, por parte de los profesionales de la información<sup>382</sup>.

---

<sup>381</sup>.- Cfr. LÓPEZ MAÑERO, Cristina (2000): *op. cit.*, pp. 169-203.

<sup>382</sup>.- Cfr. FERRER, María Cristina (1986): *op. cit.*, pp. 33-56.

Por nuestra parte agregamos, a las condiciones citadas, la conveniencia de espacios de concertación entre los propios agentes involucrados. Nos referimos a las múltiples organizaciones que expresan los intereses tanto de los periodistas como de los propietarios de los medios de comunicación, así como a aquellas que representan al público, tales como asociaciones de consumidores de medios, y a representantes tácitos como académicos e investigadores de la comunicación. Sin esta confluencia, la autorregulación corre el riesgo de diluirse en numerosos mecanismos que, aunque siempre útiles, pierden su eficacia pedagógica y ejemplarizadora, al quedar reducidos a ámbitos específicos del quehacer periodístico.

#### IV.2.5. Beneficios

González Bedoya ha enumerado los beneficios del autocontrol. Señala *razones sociales*, pues en algunos países los Consejos de Prensa son también comisionados para velar por la función educativa de los medios, la protección de la familia o de grupos minoritarios. Cita también *razones políticas*, pues el autocontrol contribuye a garantizar la libertad de información, alejando toda injerencia estatal. Plantea además *razones profesionales* como la exigencia de lealtad y sentido del honor en el ejercicio del periodismo y la necesidad de mantener a salvo la independencia profesional. El mismo autor propone también tres campos de actuación para los órganos de autocontrol: sobre la conducta profesional (lealtad, buena fe, métodos para la obtención de noticias, responsabilidad ante su presentación y efectos sociales); sobre los contenidos (respeto a la verdad y cuidado en sexo y criminalidad); sobre los Derechos Humanos (condena de injurias y calumnias y defensa de la intimidad y el honor individual)<sup>383</sup>.

---

<sup>383</sup>.- Cfr. GONZÁLEZ BEDOYA, Jesús (1987): *op. cit.*, pp. 121 a 126. El autor concluye precisando las ventajas y desventajas de los sistemas de autocontrol. Entre las primeras señala una función de asesoría sobre circunstancias que ha de resolver la administración o los tribunales de justicia; la eficacia de sus sanciones, que puede llegar hasta la expulsión del gremio periodístico; su carácter ejemplarizador, debido a su prestigio y autoridad moral; y su asequibilidad, determinada por la rapidez de sus resoluciones y su inmediatez respecto de las partes interesadas. Entre las desventajas cita la posibilidad de que los tribunales ordinarios se puedan ver influenciados por las determinaciones que previamente hubieran podido adoptar los órganos de autocontrol. Por nuestra parte agregamos otro argumento —esencial a nuestro juicio—, que constituye quizá la más seria desventaja de los mecanismos de autocontrol. Ella tiene que ver con el riesgo de parcialidad que comportan este tipo de entes, constituidos por profesionales de la misma rama de actividad, entre los cuales puede existir siempre un cierto grado de solidaridad que, eventualmente, puede conllevar una pérdida de objetividad en la definición de situaciones conflictivas.

Bell Mallen consideró también una serie de beneficios que justifican el autocontrol: como medio eficaz para la universalización del derecho a la información; como instrumento de defensa del público frente a eventuales abusos en el ejercicio de ese derecho; como mecanismo alternativo que permite una menor presencia del Estado en la regulación de la información; como garantía de independencia profesional; y como estímulo para una mayor calidad de la información<sup>384</sup>.

Es posible todavía abundar sobre los beneficios del autocontrol. A las razones sociales, políticas y profesionales, puede adicionarse todavía otra de orden cultural. Desde el punto de vista de la cultura no cabe duda que los medios contribuyen a afianzar ciertos valores que hacen o no más armoniosa la convivencia social y el entendimiento entre los pueblos.

#### IV.2.6. Autocontrol y autorregulación

El ya citado Villanueva prefiere el término autorregulación y no autocontrol, pues desde su perspectiva el primero es más conforme con la voluntad de ejercer reglas de conducta, antes que un control que implique acotar la libertad<sup>385</sup>. En tal sentido, define la autorregulación como “el sistema de reglas de conducta adoptado por los medios en relación con el Estado, la sociedad y la propia comunidad periodística, el cual se encuentra dotado de un órgano de ejecución y/o creación de normas sustantivas y procedimentales y tiene como objetivos preservar las libertades informativas con responsabilidad social”<sup>386</sup>.

La mayoría de los autores prefiere el término autorregulación, antes que el de autocontrol. No obstante, hay quienes usan frecuentemente el segundo, como Porfirio Barroso o Javier Darío Restrepo. Por nuestra parte, entendemos que la autorregulación está referida a la capacidad de auto normarse, de establecer un ordenamiento propio en un marco prudente de autonomía, que le es reconocido a los entes de la sociedad civil.

---

<sup>384</sup>.- Cfr. BEL MALLÉN, José Ignacio (1991): *op. cit.* pp. 112-114.

<sup>385</sup>.- Cfr. VILLANUEVA, Ernesto (2004): *Temas selectos de derecho de la información*. México, Universidad Nacional Autónoma de México, pp. 29-30.

<sup>386</sup>.- VILLANUEVA, Ernesto (2002): *Autorregulación de la prensa: Una aproximación ético-jurídica a la experiencia comparada, op. cit.*, pp. 24-25.

Pero el concepto que nos ocupa parece ir más allá de la sola reglamentación. Es verdad que los códigos deontológicos, e incluso los libros de estilo y los estatutos de redacción, son expresiones de esa capacidad de autorregulación. Pero la acción de los Consejos de Prensa y de los Tribunales de Honor no es ya normativa, sino de ejercicio de una facultad de control sobre la actuación de los medios de comunicación<sup>387</sup>. No es por reminiscencias de formas arbitrarias de control político sobre la prensa, que debe descartarse la expresión autocontrol, sino que debe discutirse en función de sus alcances y de sus posibilidades de describir una realidad. En tal sentido nos inclinamos por el uso del término autocontrol, que nos resulta más incluyente y que expresa de mejor modo la necesidad de controlar —y no tanto de regular, pues los códigos existen pero se vulneran— a una prensa que, con frecuencia, desborda los alcances propios de las libertades de expresión e información. Pese a nuestras preferencias y, como quiera que hay un uso indistinto de los dos vocablos por parte de los autores citados, en esta tesis se usan también indistintamente.

#### IV.2.7. Autocensura y autorregulación

Tanto Desantes como Villanueva han distinguido entre autocensura y autorregulación. Mientras en el primer caso el juicio es anterior a la difusión de la información, la autorregulación o autocontrol es posterior, a través de mecanismos que valoran la conformidad ética de la misma. En la autocensura es el medio o el periodista quienes se inhiben de presentar al público un determinado contenido, mientras que el autocontrol es el juicio que esos mismos actores hacen de su trabajo ya comunicado al público, a la luz de la ética periodística. Los Consejos de Prensa, en tanto cumplen esa tarea, son pues instrumentos perfectamente identificados con el autocontrol. Sobre la autocensura han abundado también Ángela Vivanco y José Ignacio Bel Mallen<sup>388</sup>.

---

<sup>387</sup>.- Sobre las distinciones conceptuales entre autocontrol y autorregulación, desde una perspectiva jurídica, puede consultarse en DARNACULLETA i GARDELLA, Maria Mercè (2003): *Derecho Administrativo y Autorregulación: la autorregulación regulada*. Tesis Doctoral dirigida por José Esteve Pardo. Universitat de Girona, pp. 418 y siguientes.

<sup>388</sup>.- Cfr. VIVANCO MARTÍNEZ, Ángela (1992): *Las libertades de opinión y de información*. Santiago de Chile, Andrés Bello, pp. 270 y siguientes. La autocensura, según la autora, “consiste en la censura que hace el mismo medio de comunicación, por sobre su material informativo, antes de difundirlo. Tal censura no se hace con un criterio ético, sino con el objetivo de no incurrir en las conductas previstas por el sistema represivo como abusos o delitos. Si bien reconocemos que es mejor la censura realizada por quien tiene conocimientos informativos y se ubica en un medio, que la hecha por un censor externo, debemos sí mencionar

Dos son, a nuestro entender, las mejores garantías para el ejercicio auténtico de la autorregulación: la publicidad y la pluralidad de sus mecanismos. Como quiera que la autocensura trae consigo cierto secretismo fundado en el temor a la capacidad opresiva del poder, el mejor antídoto para que la autorregulación no se convierta en autocensura será la publicidad de los mecanismos mediante los cuales se ejerce. Si el público está informado de las razones que imponen determinados límites a la libertad de información, podrá juzgar la validez de las circunstancias en que se hacen efectivos, y de igual forma rechazará las limitaciones injustificadas. La pluralidad de sujetos participantes en los mecanismos de autocontrol es también una garantía para evitar que se conviertan en instrumentos para la autocensura. El poder político o económico puede amenazar intereses de los medios, pero será más difícil que esa amenaza sea igualmente intensa, simultáneamente, para estos, para los periodistas, para las entidades representativas del público y para los académicos e investigadores.

---

los graves problemas que la autocensura conlleva”. Estos son, a juicio de la autora, que la autocensura se basa en lo que denomina el “temor injusto” creado por las autoridades para evitar cualquier disidencia. Además la autocensura afecta el trabajo del periodista, pero sobre todo perjudica al público que confía en la autenticidad e integridad de la información. Bel Mallen, por su parte, ha dicho: «Nada más lejos para una persona que entienda el verdadero sentido y finalidad del autocontrol que la aceptación de cualquier clase de censura o limitación de la actividad informativa». BEL MALLÉN, José Ignacio (1991): *op. cit.*, p. 111. También puede consultarse en el capítulo Medios de Comunicación Independientes y Libres, del Libro de Consulta de Transparencia Internacional. «La autocensura es quizás lo que resulte más ominoso; en estos casos, los periodistas y los editores no hacen un seguimiento de notas que podrían afectar intereses de negocios, a los propietarios del periódico o a sus allegados. Esto puede tener como resultado que se ignoren las historias o que se escriban de manera poco ética, en el mejor de los casos. La autocensura va desde lo mundano (notas que se consideran importantes pero "aburridas" y por ende no se reportan), hasta los conflictos de interés con la organización noticiosa (las historias no se reportan porque afectan a los publicistas o a amigos de quienes tienen puestos de mucha influencia dentro del periódico)». POPE, Jeremy (2000): *El Libro de consulta*. Londres, Transparencia Internacional, p. 198. Otro concepto de autocensura, coincidente con el anterior, lo aporta el Instituto Prensa y Sociedad de Venezuela: «La autocensura puede ocurrir cuando un medio o comunicador decide no difundir una información por causa de una presión externa, por una imposición dentro del propio medio, o por una decisión personal del periodista, por cuidado a no afectar sus propios intereses económicos, políticos y sociales, o evitar conflictos con los intereses de influenciadores. Por ejemplo un periodista podría incurrir en autocensura por miedo a perder su trabajo, por temor de que sea afectada su integridad física o la de su familia». INSTITUTO PRENSA Y SOCIEDAD DE VENEZUELA (2007): *Noticias Confiscadas. Cómo la censura y la autocensura en Venezuela impiden que el público conozca lo que tiene derecho a saber*. Caracas, Ipys Venezuela, pp. 26-27.

IV.2.8. El autocontrol como responsabilidad y garantía de la libertad

El autocontrol es una opción de regulación perfectamente compatible con las libertades de expresión e información, pues, por su naturaleza, es ajena a toda forma de coacción externa, que limite o ponga en riesgo un sereno ejercicio de esas libertades. Villanueva ha destacado la introducción en estos mecanismos de la responsabilidad social, como uno de sus componentes distintivos, pues a su juicio el ser periodista no es tanto un derecho, como una responsabilidad. Libertad y responsabilidad son percibidas así como las dos caras de una misma moneda. Un modo de exteriorizar la voluntad del informador de ser libre y responsable es, precisamente, la admisión de mecanismos de autocontrol informativo<sup>389</sup>.

«Ha llegado el momento de complementar el discurso de la libertad de los medios —ha agregado Aznar— con un discurso sobre su responsabilidad, un discurso que trate de estar a la altura de poder e influencia que tienen hoy en nuestras sociedades. Y del mismo modo que el discurso de la libertad cuenta con garantías que tratan de hacerlo efectivo (constituciones, leyes, tribunales, etcétera), es necesario igualmente dotar al discurso de la responsabilidad de aquellos mecanismos que pueden contribuir a darle efectividad a su vez»<sup>390</sup>.

La cuestión medular entonces, a nuestro parecer, es cómo hacer efectiva tal responsabilidad. El derecho ofrece un marco garantista de las libertades de expresión e información, pero está lejos de ofrecer seguridad alguna sobre el cumplimiento de la responsabilidad propia de los medios de comunicación. Tampoco el Estado debe suplir las carencias éticas de la prensa multiplicando los medios estatales y sustituyendo a los medios privados en las responsabilidades que les compete. El mercado, al que apelan algunos como supremo regulador de todas las actividades sociales, no es tampoco el

---

<sup>389</sup>.- Cfr. VILLANUEVA, Ernesto (2002): *Autorregulación de la prensa: Una aproximación ético-jurídica a la experiencia comparada*, op. cit., pp. 13-22. En la obra el autor estudia los Consejos de Prensa existentes en Alemania, Australia, Austria, Bangladesh, Bélgica, Chile, Dinamarca, Estonia, Finlandia, India, Lituania, Luxemburgo, Nepal, Noruega, Nueva Zelanda, Países Bajos, Perú, Reino Unido, Sri Lanka, Suecia, Suiza, Tanzania y Turquía. En base a ellos construye una tipología de los casos elegidos, hace un análisis de los valores que los inspiran y un estudio comparativo de la aplicación de esas experiencias de autocontrol.

<sup>390</sup>.- AZNAR, Hugo (2000): “*Medios de Comunicación y Esfera Pública: el papel de la Autorregulación*”. En AZNAR, Hugo y VILLANUEVA, Ernesto (coordinadores): op. cit., pp. 139-164. Ver p. 146.



recurso más adecuado para evaluar la conducta de los medios de comunicación, dada la naturaleza de servicio a la comunidad de estos últimos. La alternativa, aceptada de modo creciente, es el autocontrol, que provee de valores morales en el quehacer mediático y que responde a la iniciativa de propietarios de medios, periodistas y público en general.

El autocontrol, aunque no resuelve todos los problemas éticos de los medios de comunicación, hace una efectiva contribución a favor de la elevación de su calidad, al mismo tiempo que resulta ser la forma menos riesgosa de moderar los eventuales excesos de la prensa. Pero la base de la autorregulación estará siempre en la actitud responsable del comunicador, llamado a ejercer su profesión con plena conciencia de las consecuencias que tiene su actuación en la sociedad.

#### IV.3. Diferencias con el heterocontrol

Susana Herrera ha señalado al mercado y al Estado como agentes externos a la profesión periodística, capaces de ejercer el heterocontrol de la profesión. “En el primer caso, el comportamiento de los medios se legitima guiado por criterios de mercado y se afirma que si el medio tiene éxito es porque satisface una demanda de la sociedad, es decir, porque da al público lo que quiere”<sup>391</sup>. Ese suele ser el discurso de quienes rechazan toda forma de regulación sobre los medios arguyendo que el supremo juez es el público. La otra opción es encargar el control de los medios al Estado, lo cual sucede mediante mecanismos sutiles como la concesión de licencias para emisoras de radio y televisión, la concesión de exclusivas, las facilidades para adquirir papel o tecnología, los favores fiscales, y el abuso en la distribución de publicidad. Otras formas son más abruptas, como el secuestro de los medios, las acciones judiciales, la suspensión de publicaciones, la expropiación de empresas informativas, las sanciones administrativas a la empresa u otras parecidas<sup>392</sup>.

A las diversas formas de heterocontrol también se ha referido Ferrer, entre ellas señala el *control gubernamental*, que no suele realizarse por medio de acciones tan

---

<sup>391</sup>.- HERRERA DAMAS, Susana. (2006). “El porqué de los observatorios de medios latinoamericanos”. En *Revista Latina de Comunicación Social*, N° 61. Recuperado el 18 de agosto de 2008 en: <http://www.ull.es/publicaciones/latina/200621HerreraS.htm>.

<sup>392</sup>.- Cfr. *Ibidem*.

obvias, como la apropiación de los medios de comunicación por decreto, sino a través de mecanismos más sofisticados, como restricciones para publicar ciertas informaciones, sistemas de censura previa, o el impedimento del acceso a las fuentes; el *control jurídico*, que mediante dispositivos legales señala límites a las libertades de información y expresión o mediante la acción de los jueces aplica en forma errónea las normas sobre la materia; *control social*, mediante el cual la sociedad reacciona ante algunas publicaciones, ya sea rechazándolas o participando de mecanismos como las cartas al director, formación de comités de ética, quejas ante las autoridades, entre otras; *control empresarial*, cuando un periódico debe someterse a grupos financieros que lo presionan y se sirven del medio según sus intereses o, peor aun, cuando quien manipula la información es el mismo dueño de un órgano que utiliza su medio para difundir sólo su posición; el *control profesional*, que ejercen las organizaciones profesionales que poseen una deontología propia y cierta potestad disciplinaria hacia sus miembros; y el *control económico*, que se produce cuando el medio es un engranaje en un vasto imperio empresarial, donde el medio cumple sólo una función en un conjunto de intereses económicos<sup>393</sup>.

Del heterocontrol podemos decir, por nuestra parte, que es un mecanismo externo a la profesión periodística, que alcanza legitimidad sólo cuando no se aplican instrumentos de autocontrol desde la misma profesión. Su aplicación, sin embargo, sólo sería aceptable bajo ciertas condiciones y con carácter subsidiario<sup>394</sup>. Tales funciones tendrían que realizarse con exclusión del poder político, dados los riesgos que entrañan para las libertades de expresión e información. Los ejecutores de ese control tendrían que ser organismos de probada autonomía y prestigio social.

Hay quienes dudan de la eficacia del autocontrol y parecen inclinarse por fórmulas de heterocontrol. Rodríguez Pardo, a partir del estudio de los mecanismos de autorregulación en el Reino Unido, se ha mostrado desconfiado de los prestigiosos

---

<sup>393</sup>.- Cfr. FERRER, María Cristina (1986): *op. cit.*, pp. 33-56.

<sup>394</sup>.- «El heterocontrol —afirma González Bedoya—, en su caso extremo, es decir, el ejercido por el gobierno, no puede excluirse del todo a pesar de su insuficiencia latente. Un estado puede ejercer ese control cuando no hay posibilidad de poner en práctica el autocontrol. Pero este heterocontrol será siempre una forma subsidiaria...» GONZÁLEZ BEDOYA, Jesús (1987): *op. cit.*, p. 123.

instrumentos que para ello han aplicado tradicionalmente los británicos. Estos parecen insuficientes a la luz de concretos yerros éticos en la actuación de la prensa en ese país.

«A ello deben sumarse las aparentes contradicciones de un mercado mediático con pretensión de altos estándares éticos, pero en el que, curiosamente, la llamada *popular press* —prensa amarilla, barata o popular— llega a tantos lectores como lo hacen, de modo conjunto, los diarios del *mid-market* —prensa de nivel medio— y la prensa de calidad»<sup>395</sup>.

El autocontrol, desde la perspectiva de este autor, es sólo una vía más de control de los medios y, en muchos casos, de limitada efectividad. A los buenos propósitos de los informadores se les habría unido otros criterios más comerciales que alientan la proliferación de mecanismos de autocontrol, usados como señuelo para evitar la intervención gubernamental o como instrumentos de marketing, a favor de una buena imagen corporativa. Más aun, las normas recogidas en documentos autorreguladores serían, en ocasiones, enunciados inservibles, en tanto dejan al exclusivo arbitrio de profesionales y empresarios las decisiones éticas<sup>396</sup>. Rodríguez Pardo ha recordado la falta de sanciones concretas por parte del ya citado *British Press Council*, lo que dio lugar a que en 1990 se determinara, por ley, la creación de un ente responsable de garantizar los derechos de réplica y rectificación para quienes se sintieran afectados por la actuación de los medios. La *Press Complaints Commission* fue el ente encargado de esa tarea, obrando además como un tribunal de quejas e involucrando una mayor participación del público en sus decisiones. Este mecanismo, al igual que el *Office of Communications*, constituyen mecanismos que el autor citado denomina de co

---

<sup>395</sup>.- RODRÍGUEZ PARDO, Julián (2004): "Autorregulación y hetero-regulación, ¿una apuesta suficiente para el mercado actual? El caso de Gran Bretaña". En VIDAL CLIMENT, Vicente y GARCÍA MANGLANO, Miguel: *Información, Libertad y Derechos Humanos. La enseñanza de la ética y del derecho de la información*. Valencia, Fundación COSO de la Comunidad Valenciana para el Desarrollo de la Comunicación y la Sociedad, pp. 271-288. Ver p. 272. El autor cita algunos instrumento de autocontrol en el Reino Unido tales como: *Broadcasting Council* de Escocia, Gales e Irlanda del Norte; *English National Forum*; *Governors'World Service*; *Central Religious Advisory Committee*; y más recientemente el *Office of Communications*. La variedad de estos instrumentos contrasta con una prensa popular escandalosa, compuesta por grandes diarios con tirajes nacionales que, en conjunto, alcanzan casi ocho millones de ejemplares por día: *The Sun*, *Daily Mirror*, *Daily Star*, *Daily Record*, *News of the World*, *Sunday Mirror*, *Sunday People*, *Sunday Sport* y *Sunday Express*.

<sup>396</sup>.- Cfr. *Ibidem*, p. 275.

regulación, en tanto tienen su origen en normas específicas emanadas del poder público, aunque con suficiente autonomía en su tarea.

Javier Esteinou, al evaluar la situación de los medios de comunicación en México, ha sido igualmente crítico sobre la utilidad de los mecanismos de autorregulación. A su juicio los códigos de ética, los tribunales de honor o los reglamentos de buen comportamiento profesional, responden a una concepción liberal extrema, de “Estado cero”, donde las instancias estatales resultan innecesarias para regular una sociedad que se auto conduce por las leyes del mercado. Piensa el autor que es necesario que todas las acciones públicas colectivas estén reguladas por la ley, de lo contrario se favorecería la creación de espacios de “autarquía social”. En tal sentido, la autorregulación de los medios podría ayudar, complementariamente, a garantizar la existencia de un derecho a la información, “pero nunca deben operar como elementos únicos para normar y conducir socialmente esta estratégica acción colectiva”<sup>397</sup>. Por el contrario, el derecho a la información tendría que ser “reglamentado con toda exactitud”. Desde esta perspectiva la ética no sustituye ni suprime al derecho, sino lo enriquece y complementa. En prueba de sus afirmaciones el autor destaca una serie de casos de corrupción y crímenes que no han podido ser desvelados por la prensa por la impotencia de los mecanismos de autocontrol ante las presiones políticas y económicas. Tampoco han sido suficientes para frenar la violencia en los medios, como recurso para ganar mayores audiencias.

Marc Carrillo tampoco ha desechado la posibilidad de un grado de intervención estatal en el control de la prensa. Tras constatar un cierto intervencionismo en regímenes liberal-democráticos, tanto a través de la legislación sobre estados de excepción constitucional como en la actividad cotidiana de la administración pública,

---

<sup>397</sup>.- ESTEINOU MADRID, Javier (2003): “¿Autorregulación o nueva ley de medios?”. En *Revista Mexicana de Comunicación*, vol. 15, Nº 81, pp. 36-42. La cita textual está tomada de la página 38. Otros textos del autor expresan la misma visión crítica: ESTEINOU MADRID, Javier (2003): “*Antiética comunicativa y reforzamiento del viejo modelo de comunicación en México*”. En *Derecho y Cultura*, Nº 11-12, pp. 99-111; ESTEINOU MADRID, Javier (2000): “*Globalización, Medios de Comunicación y Cultura en México a principios del siglo XXI*”. En *Ámbitos*, Nº 5, Revista Andaluza de Comunicación, Universidad de Sevilla, pp. 7-49. Ver p. 17; ESTEINOU MADRID, Javier (2001): “*Las industrias culturales y el modelo de Comunicación-Mercado*”. En *Convergencia*, Nº 25, Universidad Autónoma del Estado de México, pp. 193-232. Ver pp. 197-198; ESTEINOU MADRID, Javier (2006): “¿*Qué ganó la sociedad mexicana en la lucha por la reforma comunicativa?*”. En *Razón y Palabra*, Nº 54. Visto el 1 de septiembre de 2008 en: <http://www.cem.itesm.mx/dacs/publicaciones/logos/anteriores/n54/jesteinou.pdf>.

concluye que ello no siempre es sinónimo de restricción de libertades. Por tanto, no tendría razón de ser una defensa de la libertad de expresión basada en parámetros del liberalismo clásico, salvo si es para perpetuar privilegios<sup>398</sup>. En efecto, muchas veces la demanda de abstención del Estado ante cualquier exceso de los medios de comunicación es justificada con la apelación a los riesgos que comporta la eventualidad de una intervención.

Los periodistas y los medios muchas veces se han mostrado contrarios a la legislación en materia de prensa. La afirmación de que “la mejor ley de prensa es la que no existe”, ha sido su slogan de batalla. Han reclamado por ello la autorregulación. Navarro Merchante está también entre quienes piensan que no es prudente dejar la regulación de un derecho fundamental a los usuarios más específicos de éste, pues sus normas no serían de obligado cumplimiento y sus sanciones no tendrían eficacia coactiva. A juicio de ese autor, estos instrumentos responden a una visión corporativa de la sociedad que no es coherente con los principios democráticos, pues la sociedad no puede organizarse como una suma de corporaciones que se autorregulan. Al respecto ha recordado que fueron las revoluciones liberales las que cancelaron los privilegios de los gremios medievales y afirmaron el monopolio normativo para el estado. Reconoce el autor, sin embargo, que la autorregulación sí puede ser útil en tanto complementaria de la normativa jurídica y la aplicación judicial<sup>399</sup>.

La desazón de Rodríguez Pardo por el funcionamiento del autocontrol en Gran Bretaña o la de Esteinou por el caso de México —comentadas en este epígrafe—, y los argumentos esgrimidos por los críticos de la autorregulación podría provocar, creemos, la vana ilusión de que un control externo a los medios de comunicación estaría en posición de ser más eficaz, en la meta de alcanzar en ellos altos niveles éticos. La experiencia de sistemas de control públicos ha resultado siempre en limitaciones inadmisibles a las libertades de expresión e información. Hoy existe ya una conciencia más arraigada sobre el tema, incluso a nivel de los gobiernos. Así, por ejemplo, el Plan

---

<sup>398</sup>.- Cfr. CARRILLO, Marc (1986): “*Los Consejos de Prensa como forma de Autocontrol: Propuestas y Prevenciones respecto a su viabilidad en España*”. En *Revista de Estudios Políticos* (Nueva Época), Nº 54, pp. 77-103. La referencia está tomada de la p. 82.

<sup>399</sup>.- Cfr. NAVARRO MERCHANT, Vicente (1998): “*La veracidad, como límite interno del derecho a la información*”. En *Revista Latina de Comunicación Social*, Nº 8, Recuperado el 8 de septiembre de 2008 en: <http://www.ull.es/publicaciones/latina/a/56vic.htm>.

de Acción de la tercera Cumbre de las Américas, realizada en el 2001 en Québec, Canadá, con asistencia de los Jefes de Estado y de Gobierno del continente, establece el compromiso de los gobiernos de fomentar la autorregulación en los medios de comunicación. No obstante, la intervención gubernamental en materia de prensa es legítima para promover el pleno ejercicio de aquellas libertades. Para efectos de control, en nuestra opinión, sólo podría admitirse bajo condiciones específicas como un último recurso, cuya necesidad tendría que ser cuidadosamente sopesada en un marco constitucional y democrático. Pero aún sin intervención estatal, las instancias de heterocontrol habrán de tener siempre un carácter subsidiario, respecto de los instrumentos surgidos desde los propios espacios profesionales, pues otras instancias difícilmente podrán aplicar criterios estrictamente periodísticos en sus juicios. Los convocados a esta tarea son los mismos profesionales de la información.

#### IV.4. Mecanismos de Autocontrol

Los mecanismos de autocontrol han sido clasificados por González Bedoya, quien los distingue según su alcance y por la eficacia de sus veredictos. En el primer caso los subdivide según el medio (prensa, radio, televisión, etc.) o en función de su dimensión territorial (local, regional, nacional). En el segundo los clasifica en sistemas prudenciales, sin fuerza sancionadora, y *cuasi* jurisdiccionales, con capacidad de sanción. Los mecanismos de autocontrol también pueden ser clasificados como documentos y organismos<sup>400</sup>. Entre los primeros puede consignarse los códigos deontológicos y los libros de estilo y entre los segundos los *Ombudsman* y los consejos de prensa. Hugo Aznar ha hecho también una prolija descripción de diversos mecanismos de autorregulación<sup>401</sup>.

---

<sup>400</sup>.- Cfr. MARTÍNEZ, Omar Raúl (2000): *op. cit.*, p. 5.

<sup>401</sup>.- Cfr. AZNAR, Hugo (1999): *Comunicación responsable. Deontología y autorregulación de los medios*. Barcelona, Ariel Comunicación.

Por nuestra parte, hemos considerado pertinente para nuestros fines la distinción entre documentos y organismos. Entre los primeros consideramos los códigos deontológicos, los libros de estilo y los estatutos de redacción. Entre los organismos citamos los Tribunales de Honor, los Consejos de Prensa, los Observatorios de Medios y los Defensores del Público. De todos ellos hacemos un somero análisis en los apartados siguientes, al referirnos a sus orígenes, conceptos, contenidos y características.

Sobre los documentos cabe advertir que se trata de instrumentos que pueden convivir en la redacción de un periódico, pues no se superponen, sino que se complementan. Los códigos deontológicos son más breves y, normalmente, presentan principios generales. Los manuales de estilo, además de incorporar las cuestiones lingüísticas y gramaticales, se desplazan señalando comportamientos puntuales ante situaciones previsibles en el trabajo periodístico, desarrollando así los principios. Los estatutos de redacción suelen expresar, más bien, los valores y la postura ideológica del medio y los instrumentos de participación de los periodistas en la gestión editorial. Estos documentos se distinguen también por su origen. Los primeros suelen ser aprobados por colectivos de profesionales, los segundos son adoptados al interior de medios de comunicación específicos, en tanto los estatutos resultan de un acuerdo puntual entre la empresa informativa y el cuerpo de periodistas del medio.

Respecto de los organismos, también es posible hacer una distinción de ellos por su origen y conformación. Los Tribunales de Honor corresponden a los gremios profesionales, los Consejos de Prensa suelen tener jurisdicción sobre los periodistas y los medios, los Observatorios son independientes del medio, pero se convierten en mecanismo de autorregulación cuando éste admite su labor en su interior, y el Defensor del Público, u *Ombudsman*, surge al interior del respectivo medio de información. En su composición también hay diferencias. Los tribunales normalmente están integrados exclusivamente por periodistas. Los consejos lo están por periodistas, editores y representantes del público. Los observatorios son entidades independientes y los *Ombudsman* son organismos unipersonales.

#### IV.4.1. Documentos

##### IV.4.1.1. Códigos Deontológicos

###### IV.4.1.1.1. Origen

Aunque el primer código que recuerda la humanidad es el de Hammurabi, mandado tallar en piedra por el Rey de Babilonia que le dio su nombre, hace unos 3800 años, Porfirio Barroso cita un credo de Benjamín Harris, publicado en Boston en 1690, como el primero conocido en el mundo, referido a la comunicación. Éste destacaba la objetividad y exactitud en las informaciones y el rechazo de las medias verdades y rumores. La sección austriaca de la Asociación de periodistas Polacos asumió en 1896 el compromiso de obedecer unas normas de moral periodística y, ese mismo año, la Unión de Periodistas Polacos de Galitzia hizo un esbozo de código de ética periodística que sometía las faltas a una corte de honor<sup>402</sup>.

Según Robert White, en los textos religiosos y en los códigos legales de las más remotas culturas se incluían ya normas explícitas para la comunicación entre los miembros de la sociedad. La rápida expansión de una cultura del profesionalismo, hacia fines del siglo XIX, que trascendió las tradicionales ocupaciones de médico, jurista o religioso a otras nuevas actividades, trajo consigo también el nacimiento de asociaciones de profesionales con el propósito de establecer un control normativo sobre sus miembros, que implicara su formación universitaria y la aplicación de códigos de conducta<sup>403</sup>.

Los códigos deontológicos en el ámbito de la prensa, según Carlos Soria, fueron un factor clave para la configuración autónoma del periodismo como profesión.

---

<sup>402</sup>.- Cfr. BARROSO ASENJO, Porfirio (1991): “Códigos Deontológicos de la Comunicación” (voz). En BENITO, Ángel (director): *op. cit.*, p. 199. Sobre el código polaco y los orígenes de estos instrumentos puede consultarse también en JUUSELA, Pauli (1991): *Journalistic Codes of Ethics in the CSCE Countries: an Examination*. Tampere (Finlandia), University of Tampere, pp. 8 y siguientes.

<sup>403</sup>.- Cfr. WHITE, Robert (1988): *op. cit.*, pp. 79-101.



«Se superó su estadio semiprofesional, la confusión más o menos explícita con la actividad política o literaria, en el momento en que los informadores comenzaron a cobrar conciencia de sus derechos y deberes en el ejercicio de una actividad social y pública, que aparejaba una responsabilidad y requería una peculiar dignidad en el desarrollo de ese trabajo habitual y estable»<sup>404</sup>.

Una de las primeras formulaciones deontológicas fue presentada en forma de credo por el Decano de la Escuela de Periodismo de la Universidad de Missouri, Walter Williams, en 1905<sup>405</sup>. No obstante, el primer código de ética periodística estructurado como tal se hizo público recién en 1910, aprobado por la Asociación Editorial de Kansas y escrito por Willis E. Miller. A este le siguió el Credo de la Industria de la Prensa, adoptado en 1913 por la Federación de Asociaciones del gremio de la prensa de los Estados Unidos, con alcance nacional. También en Norteamérica la Asociación Americana de Negociantes de Periódicos adoptó en 1916 un decálogo denominado *Standards of Practice for Business Papers* y, en 1923, la Sociedad Americana de Editores de Periódicos divulgó sus Cánones del Periodismo<sup>406</sup>. Se producía entonces una rápida adopción de ese modelo en los Estados Unidos de América, al mismo tiempo que se iniciaba una preocupación académica en torno de los códigos de la

---

<sup>404</sup>.- SORIA, Carlos (1984): “*Determinación y aplicación de la ética informativa*”. En *Cuadernos de información*, N° 1, Pontificia Universidad Católica de Chile, pp.85-90. Ver p. 87.

<sup>405</sup>.- Algunos de los preceptos de este credo son los siguientes: «Creo en la profesión del periodismo.

—Que el periódico es la confianza y que todos los que se unen a través de él con gran responsabilidad son dignos de confianza ante el público, y que la aceptación de cualquier otro servicio preferencial al servicio del público es traicionar a esta confianza.

—Que el pensar y escribir con claridad, exactitud y propiedad son cualidades fundamentales del buen periodismo.

—Que el periodista debería escribir solamente aquello que de corazón cree ser la verdad.

—Que la supresión de noticias por cualquier pretexto que no sea el bien de la sociedad es insostenible.

—Que nadie debe escribir como periodista aquello que no podría decir como caballero, y que el soborno por razón de propias ventajas se ha de evitar tanto como el soborno por razón de ventajas ajenas. Y que la responsabilidad personal no debe condicionarse a instrucciones ajenas o a los intereses de otros.

—Que los anuncios, las noticias y las columnas editoriales deben servir por igual a los mejores intereses de los lectores. Que la única norma ha de ser la de servir con la verdad y la claridad. Que la prueba suprema del periodismo es la medida de su servicio público». BLÁZQUEZ, Niceto (2002): *op. cit.*, p. 119.

<sup>406</sup>.- Cfr. BARROSO ASENJO, Porfirio (1991): “*Códigos Deontológicos de la Comunicación*” (voz), *op. cit.*, p. 200. También puede consultarse en OCAMPO PONCE, Manuel (2002): “*Los códigos deontológicos. Historia, necesidad, realizaciones y límites*”. En AGEJAS ESTEBAN, José Ángel y SERRANO OCEJA, Francisco José (coordinadores): *Ética de la comunicación y de la información*. Barcelona, Ariel Comunicación, p. 264.

prensa<sup>407</sup>. En Europa estos códigos llegaron después de la primera guerra mundial. Uno de los primeros en el viejo continente fue la difundida Carta de los Deberes Profesionales de los Periodistas Franceses, de 1918, aprobada por el Sindicato Nacional de Periodistas de Francia<sup>408</sup>.

Tras el impulso inicial, ocurrido en las primeras décadas del siglo XX, se sucedieron los códigos en lugares tan distantes geográfica y culturalmente, como Japón, Israel, Jamaica, o Liberia, para no citar ya los numerosos ejemplos estadounidenses, europeos e iberoamericanos. Barroso ha hecho una exhaustiva enumeración hasta 1990<sup>409</sup>. A partir de ese año fueron aprobados una nueva y larga hornada de códigos deontológicos de la prensa europea: Gran Bretaña<sup>410</sup>, Malta y Polonia en 1991; Dinamarca y Finlandia en 1992; Croacia, Eslovenia, España, Italia y Portugal en 1993; Bulgaria, Hungría, Letonia, Noruega y Rusia en 1994; Luxemburgo y Suecia en 1995; y Alemania en 1996. El Consejo de Europa aprobó también su conocida Resolución 1003 sobre ética del periodismo en 1993<sup>411</sup>. En el resto del mundo estos códigos también se fueron imponiendo desde la segunda mitad del siglo XX, junto con una tendencia creciente a la profesionalización del quehacer periodístico.

Algunos códigos deontológicos a nivel de América Latina, aprobados en las últimas décadas, son la Declaración de Principios del Periodismo Centroamericano, propuesta por el Centro Latinoamericano de Periodismo en 1993; el Código

---

<sup>407</sup>.- Un artículo pionero en el estudio de los códigos fue el publicado por el Decano de la Escuela de Periodismo de la Universidad de Oregon, Eric W. Allen, quien en un número temático de los Anales de la Academia Americana de Ciencias Políticas y Sociales, dedicado a la ética de las profesiones y de los negocios, presentó un estudio sobre los valores sociales en los códigos éticos de los periodistas. Cfr. ALLEN, Eric W. (1922): *"The Social Value of a Code of Ethics for Journalists"*. En *The Annals of the American Academy of Political and Social Science* vol. 101 N° 190, pp. 170-179.

<sup>408</sup>.- Cfr. DESANTES GUANTER, José María (1973): *op. cit.*, pp. 128-129. También en VILLANUEVA, Ernesto (2002): *Deontología Informativa. Códigos deontológicos de la prensa escrita en el mundo*, *op. cit.*, p. 13. El documento citado se pronuncia claramente por el autocontrol. Señala que un periodista digno sólo reconoce la jurisdicción de sus colegas.

<sup>409</sup>.- Cfr. BARROSO ASENJO, Porfirio (1991): *"Códigos Deontológicos de la Comunicación"* (voz), *op. cit.*, pp. 200 y siguientes.

<sup>410</sup>.- El código de 1991 regía para los editores. Otro, acordado en 1994, tuvo aplicación en la Unión Nacional de Periodistas.

<sup>411</sup>.- Cfr. NÚÑEZ ENCABO, Manuel (2006): *"Los Orígenes del Código Deontológico de la FAPE"*. En *Cuadernos de Periodistas*, N° 6, Asociación de la Prensa de Madrid, pp. 67-74. Ver p. 69. El principio general del Código Europeo, según el autor, es el de la necesaria correspondencia entre la libertad de expresión y el derecho ciudadano a una información ética y veraz, aspectos estos que deben ser simultáneamente garantizados.

Latinoamericano de Ética Periodística, de la Federación Latinoamericana de Periodistas, aprobado en Caracas en 1979; y la Declaración de Chapultepec, acordada en la Conferencia Hemisférica sobre Libertad de Expresión, llevada a cabo en Ciudad de México en 1994, y respaldada por la Sociedad Interamericana de Prensa y por treinta jefes de estado y de gobierno del continente. También hay una serie de códigos de alcance nacional: el Código de Ética de los Periodistas Brasileños, el de la Asociación Nacional de Periódicos de Brasil, el del Círculo de Periodistas de Bogotá, los de los colegios de periodistas de Costa Rica y Chile, la Declaración de Principios del Comunicador Social de Guatemala, el Protocolo Ético de Comunicación y Ayuda Mutua de México, entre otros<sup>412</sup>. En el Perú se cuenta con el Código de Ética del Colegio de Periodistas del Perú, con la Carta de Ética Profesional de la Asociación Nacional de Periodistas del Perú y el Código de Ética de la Federación de Periodistas del Perú.

White ha sintetizado así este prolongado proceso:

«Se desarrollaba una nueva forma de ethos profesional basado en la capacitación técnica, el conocimiento de los últimos adelantos de la ciencia y la asociación voluntaria para el desarrollo y defensa de la profesión, todo controlado independientemente del Estado por iguales que conocían su profesión. El sentido del deber ético cambió de obligaciones para con Dios y lo político a una obligación por elevar el status de la profesión y su reputación ante el público. Entonces los códigos éticos ya no fueron formulados y sustentados por agentes externos sino por las profesiones mismas»<sup>413</sup>.

#### IV.4.1.1.2. Concepto

Desantes ha recordado que la norma tiene distintos grados de positividad, desde aquella que está impresa en la propia conciencia hasta la ley. Los Códigos de Ética profesional, según el autor valenciano, “ocupan un lugar intermedio entre la norma ética que solamente obliga en conciencia y la disposición legal que contiene una norma

---

<sup>412</sup>.- Cfr. ALBARRÁN DE ALBA, Gerardo (2007): *op. cit.*, pp. 233-234.

<sup>413</sup>.- WHITE, Robert (1988): *op. cit.*, p. 84.

positivada”<sup>414</sup>. Si bien los códigos de ética carecen de la fuerza coactiva de la ley, pueden sin embargo penetrar de un modo más exigente en el análisis de las conductas debidas de los profesionales. Nuestro autor se ha referido a la deontología como un “conjunto sistemático de normas mínimas que un grupo profesional determinado establece y que refleja una concepción ética, común o mayoritaria, de sus miembros”<sup>415</sup>.

De este género son los códigos deontológicos, que en el campo periodístico son compilaciones de enunciados que expresan tanto deberes como derechos, asegurando así una base ética en el quehacer profesional. Porfirio Barroso, luego de hacer un prolijo análisis de cada uno de los términos implicados, ha afirmado que los códigos deontológicos de la comunicación son una serie de principios éticos emanados de los medios de masas, promulgados por organismos o empresas informativas, o por los mismos profesionales, quienes de forma autónoma se dictan sus propias normas de ética profesional, a cuyo cumplimiento se obligan voluntariamente<sup>416</sup>. En otra ocasión el mismo autor ha aportado esta definición:

«Los códigos deontológicos de los periodistas se pueden definir como un conjunto de principios y normas de conducta profesional de los mismos referentes a sus deberes, derechos y responsabilidades éticas. Son también la interpretación correcta de los principios y normas generales de la profesión periodística y de las actitudes a observar en las actividades profesionales. Son además la ordenación sistemática de principios, normas y reglas establecidos por un grupo profesional para orientar su propia vida con el fin de regular y dirigir la conducta de sus miembros y sus relaciones mutuas. Los códigos de ética o principios deontológicos se consideran un requisito esencial en la configuración de una profesión»<sup>417</sup>.

Omar Raúl Martínez también se ha aproximado al concepto de este mecanismo

---

<sup>414</sup>.- DESANTES GUANTER, José María (1973): *op. cit.*, p. 212.

<sup>415</sup>.- *Ibidem*, p. 214.

<sup>416</sup>.- Cfr. BARROSO ASENJO, Porfirio (1991): “Códigos Deontológicos de la Comunicación” (voz), *op. cit.*, p. 198.

<sup>417</sup>.- BARROSO, Porfirio (1998): “Ética y deontologías de la información”. En *Sal Terrae. Revista de Teología Pastoral*, julio-agosto, pp. 539-555. La cita está tomada de la página 547.

de autorregulación:

«Los códigos deontológicos —dice— constituyen la fuente clásica y más socorrida de la autorregulación, pues abordan las vertientes esenciales del oficio periodístico: resaltan responsabilidades ante la comunidad y definen propósitos y principios de actuación ante los actores posibles de la información»<sup>418</sup>.

Por nuestra parte, es posible subrayar algunos elementos comunes relativos a los códigos deontológicos, presentes en todos los conceptos aportados: un cierto grado de positivación, ausencia de fuerza coactiva, expresión de deberes y derechos, y su formulación autónoma por medios y gremios profesionales.

Los códigos deontológicos pueden clasificarse de modos diversos. Por su alcance territorial, unos son de alcance supranacional<sup>419</sup>, otros son nacionales<sup>420</sup> y también los hay regionales. Por sus contenidos pueden referirse a la prensa, la radio, la televisión u otros medios de comunicación<sup>421</sup>. También pueden referirse a públicos o materias específicas. Por ejemplo hay códigos que inciden de modo particular en el respeto por los niños y adolescentes<sup>422</sup>.

---

<sup>418</sup>.- MARTÍNEZ, Omar Raúl (2000): *op. cit.*, p. 5.

<sup>419</sup>.- Cfr. BARROSO ASENJO, Porfirio (1980): *Códigos éticos de la profesión periodística. Códigos de ámbito supranacional*. Madrid, Apligraph. El texto recoge algunos códigos de esta índole; BARROSO ASENJO, Porfirio (1984): *Nuevo Código Internacional de Ética periodística*. Madrid, Universidad Complutense de Madrid. Facultad de Ciencias de la Información; BARROSO ASENJO, Porfirio (1988): *Principios Fundamentales de Deontología Periodística* (Tomo II), Madrid, Universidad Complutense de Madrid, pp.1-19.

<sup>420</sup>.- Ejemplo de este tipo de códigos son algunos recogidos en BARROSO ASENJO, Porfirio (1980): *Códigos éticos de la profesión periodística. Códigos nacionales europeos*. Madrid, Apligraph.

<sup>421</sup>.- Un nuevo espacio de la ética de la comunicación es, en los últimos años, el de la informática. Al respecto puede consultarse en WECKER, John y ADENEY, Douglas (2000): *Ética informática y de las ciencias de la información* (traducción de Porfirio Barroso). Madrid, Fragua; BARROSO ASENJO, Porfirio (2000): “*Profesionalidad y responsabilidad del informático*”. En *Studium*, vol. XL, Institutos Pontificios de Teología y Filosofía, O.P., Madrid, pp. 133-159; BARROSO ASENJO, Porfirio (1994): “*Deontología Informática*”. Separata de las *Actas del I Congreso Internacional Comunicación y Pluralismo*. Madrid, Universidad Pontificia de Salamanca. Facultad de Ciencias de la Información, pp. 763-776.

<sup>422</sup>.- Sobre este último tipo de códigos se ha ocupado Porfirio Barroso con atención a los casos de España, Estados Unidos, Francia e Italia. Cfr. BARROSO ASENJO, Porfirio (1980): *Códigos éticos de la profesión periodística. Códigos de ética de prensa para niños y jóvenes*. Madrid, Apligraph.

IV.4.1.1.3. Contenidos

Diversos autores han repasado los contenidos de los códigos deontológicos de la prensa dispersos alrededor del mundo. Unos de los primeros estudios al respecto lo hizo el holandés Cees Hamelink del Instituto de Estudios Sociales de La Haya. El encontró temas como la libertad de información y la responsabilidad de la prensa, reglas sobre los compromisos internos del periodista frente a su propio colectivo profesional, principios como el ideal de servicio público y el reconocimiento de los derechos ciudadanos a conocer la verdad y expresar opiniones. Los códigos de los países socialistas de entonces, también incluían nociones relativas a la supremacía de los intereses del Estado y del sistema social imperante. En el cuarenta por ciento de los códigos estudiados halló la presencia de cinco principios en común: secreto profesional, respeto por la vida privada, veracidad y exactitud, corrección de errores y objetividad, entendida como imparcialidad y pluralidad. En un veinticinco por ciento de los códigos se presentaban otros tres principios en común, integridad, justicia e imparcialidad y en un diez por ciento de ellos los principios de acceso a las fuentes y de derecho de réplica<sup>423</sup>. La idea de imparcialidad, objetividad o neutralidad, está presente, en verdad, en la casi totalidad de los códigos. Ese es el gran desafío de los medios y de los periodistas<sup>424</sup>.

Aunque los códigos vieron la luz en el ámbito de la prensa, se han extendido progresivamente al cine, la radio y la televisión. Esos códigos han incorporado un conjunto de principios admitidos universalmente: dignidad, lealtad, corrección de errores; derecho al honor, intimidad y vida privada; derecho a la libertad de información; servicio a los intereses del público; no discriminación por raza sexo, religión o cualquier otra causa e incompatibilidad del periodismo con actividades

---

<sup>423</sup>.- Cfr. HAMELINK, Cees (1979): *op. cit.*, pp. 125-150.

<sup>424</sup>.- Un estudio realizado en Suecia y Finlandia, países con una fuerte tradición de pluralismo periodístico, aporta indicadores para medir la imparcialidad de los medios en las entrevistas televisivas durante procesos electorales, a partir de las interrupciones o cesiones voluntarias de la palabra durante las mismas. La investigación, aunque concluye que no hay evidencia de prejuicios sistemáticos contra sectores políticos determinados, muestra que sí se producen desviaciones en la imparcialidad de los periodistas, que dejan aflorar sus propias convicciones, actitudes estereotipadas y sentimientos personales. Cfr. ESSAIASSON, Peter y MORING, Tom (1994): “*Codes of Professionalism: Journalists versus Politicians in Finland and Sweden*”. En *European Journal of Communication* vol. 9 N° 3, pp. 271-289.

publicitarias; rechazo del sensacionalismo y la pornografía; distinción entre noticia y comentario; y cláusula de conciencia y respeto por las instituciones<sup>425</sup>. Villanueva ha coincidido en parecidos contenidos: objetividad, imparcialidad, veracidad, responsabilidad, al mismo tiempo que la condena de toda forma de discriminación, la apología de la violencia, la difamación, la calumnia o la violación de la intimidad. También proclaman los derechos de réplica y rectificación y la observancia del secreto profesional<sup>426</sup>.

Los códigos de ética periodística otorgan prestigio y credibilidad a la profesión, al ofrecer criterios morales a quienes la ejercen que, con frecuencia, tienen un mayor nivel de exigencia respecto del derecho. Barroso distingue cuatro énfasis en estos códigos: la observancia de principios generales de ética, como veracidad, objetividad, secreto profesional, servicio al bien común, entre otros; el respeto por los Derechos Humanos de los individuos, como libertad de expresión e información y derecho a la intimidad y al honor; la deontología específica que regula la forma de obtener y presentar la información; y las obligaciones de las empresas periodísticas, respecto a temas como su responsabilidad social, el derecho de réplica, su postura ante la violencia o la pornografía, entre otros<sup>427</sup>.

Para Vicente Navarro Marchante, los códigos deontológicos “son textos generalmente aprobados en el seno de organizaciones o asociaciones profesionales y

---

<sup>425</sup>.- Cfr. BARROSO ASENJO, Porfirio (1991): “*Códigos Deontológicos de la Comunicación*” (voz), *op. cit.*, pp. 207-209. El autor también se ha referido a los contenidos de los códigos en BARROSO ASENJO, Porfirio (1983): “*Respuestas dadas al estímulo: Confeccione usted un código de ética profesional del periodista*”. En BENITO, Ángel (coordinador): *Comunicación y Sociedad*. Madrid, Universidad Complutense de Madrid, pp. 651-673.

<sup>426</sup>.- Cfr. VILLANUEVA, Ernesto (2002): *Autorregulación de la prensa: Una aproximación ético-jurídica a la experiencia comparada*, *op. cit.*, pp. 59-66. El autor cita algunos valores deontológicos aplicables en los sistemas de autorregulación de la prensa, generalmente repetidos en los códigos: fomento de la verdad y la objetividad informativa, distinción entre información y opinión, distinción entre información y publicidad, respeto a la vida privada, y respeto al honor.

<sup>427</sup>.- Cfr. BARROSO ASENJO, Porfirio (1984): *Códigos deontológicos de los medios de comunicación*. Madrid, Ediciones Paulinas, pp. 18 y siguientes. Sobre códigos deontológicos en el mundo puede consultarse, además de la obra pionera de Barroso recién citada, en VILLANUEVA, Ernesto (2002): *Deontología Informativa. Códigos deontológicos de la prensa escrita en el mundo*, *op. cit.* También puede encontrarse una síntesis de los valores preeminentes en códigos deontológicos y manuales de estilo de algunos de los más importantes diarios del mundo y de asociaciones de periodistas y de empresarios editores en TAUFIC, Camilo (2005): *La Autorregulación del Periodismo. Manual de Ética Periodística Comparada*. Santiago de Chile, Observatorio de Medios Fucatel.

que recogen los principios éticos básicos para el ejercicio de la profesión”<sup>428</sup>. Las cuestiones más relevantes que suelen ser comunes en ellos son, desde su perspectiva, el compromiso con las libertades de información y expresión; la exigencia de responsabilidad del informador; el respeto del secreto profesional; la búsqueda de la verdad y la objetividad; el respeto a los derechos fundamentales y a los principios éticos de la profesión; la obligación de luchar contra las inexactitudes y el deber de rectificar; y la abstención del uso de métodos ilícitos para la obtención de la información.

Coincidiendo con diversos documentos producidos en el seno de la UNESCO, Niceto Blázquez también ha descrito algunos elementos de la ética del periodismo presentes en los códigos deontológicos de la prensa. La veracidad, como deber de los periodistas; el derecho a la vida privada; el respeto por el orden y la moral públicos; la honradez profesional y las relaciones dentro de la profesión; el fortalecimiento de la comprensión internacional y la cooperación pacífica, son algunos de los tópicos más frecuentes<sup>429</sup>.

Los contenidos de los códigos deontológicos son pues conocidos. Sus descripciones pueden ser más o menos exhaustivas, pero no hay divergencias entre los autores respecto de sus enunciados más sustanciales. Por nuestra parte, al evaluar los códigos deontológicos de la prensa en el Perú, en el capítulo VI de esta tesis, tomamos como parámetro de referencia las lecciones de Porfirio Barroso, que a nuestro juicio constituyen el catálogo más amplio de principios posibles en este mecanismo de autocontrol.

#### IV.4.1.1.4. Cuestionamientos

Los códigos deontológicos, pese a su innegable utilidad, han tenido no solo defensores, sino también detractores, como explica Hugo Aznar. Al respecto, el autor ha analizado los códigos que regulan la profesión periodística y ha concluido que sus limitaciones muestran que estos no resuelven por sí solos los problemas éticos de los

---

<sup>428</sup>.- NAVARRO MARCHANTE, Vicente J. (1997): “*Comentarios a la creación del Consejo de la Información de Cataluña*”. En *Anales de la Facultad de Derecho*, N°. 14, Universidad de La Laguna, pp. 201-218.

<sup>429</sup>.- Cfr. BLÁZQUEZ, Niceto (1994): *op. cit.*, pp. 155 y siguientes.



medios. No obstante, sus ventajas superan las limitaciones, entre las cuales se citan críticas sobre la potencial amenaza que puede entrañar a la libertad de expresión, especialmente cuando se les usa como recurso de coacción desde el estado o desde la propia empresa periodística; en sentido opuesto, hay también quienes creen que dada su generalidad en el tratamiento de los temas éticos resultan inoperantes e inútiles en la práctica; de igual forma se critica su poca efectividad por la falta de coerción, de sanciones que inhiban a editores y periodistas de cometer faltas éticas; y, además, se cuestiona que los códigos se limiten a la moral individual del periodista, centrándose en ello el debate ético sobre los medios, y abandonando otros aspectos más medulares, que tienen que ver con la responsabilidad de los propietarios de los medios y con la concentración de estos a nivel nacional y mundial. En cualquier caso, afirma que los códigos deben ser complementados, tanto por la conciencia del profesional, que toma decisiones y debe asumir responsabilidades, como por otros mecanismos de autocontrol. Estos no están llamados a competir entre sí, sino a funcionar en común, en esfuerzo “continuo y global”, para dar algún “fruto efectivo”<sup>430</sup>.

Una opinión abiertamente crítica, respecto de los códigos, es la de Eva Aladro: “Los códigos deontológicos —ha dicho— ignoran, y de este modo, encubren y alientan, la existencia de prácticas profesionales establecidas de muy dudosa naturaleza moral”<sup>431</sup>. Para revertir tal situación propone el análisis de cuatro áreas de trabajo informativo, en las cuales se plantean muy diversas carencias éticas, generalmente ignoradas por los códigos: obtención de la información, procesamiento o tratamiento de la información, difusión de información y actividades derivadas de la función pública del informador. Sobre la primera área la autora describe las diversas formas de ejercer la violencia para la obtención de información, “desde el asalto, micrófono o cámara en ristre”, o la falta de respeto por los momentos de “dolor íntimo o de euforia privada”, pasando por el robo de información, el plagio, o ciertas formas de compra de la información, hasta la negativa ante la obligación de investigar y obtener la máxima información posible. En la segunda área ha señalado la invención de información, sea

---

<sup>430</sup>.- Cfr. AZNAR, Hugo (1997): “El debate en torno a la utilidad de los códigos deontológicos del periodismo”. En *Anàlisi*, N° 20, pp. 125-144. Otro balance sobre la crítica a los códigos deontológicos y sus aspectos positivos, puede encontrarse en JOHANNESSEN, Richard L. (1988): “What Should We Teach About Formal Codes of Communications Ethics?”. En *Journal of Mass Media Ethics* vol. 3 N° 1, pp. 59-64.

<sup>431</sup>.- ALADRO VICO, Eva (1999): *Teoría de la Información y la Comunicación efectiva*. Madrid, Fragua, p. 172.

por irresponsabilidad del periodista o por un manifiesto propósito de causar un daño, la falta de neutralidad en la presentación de informaciones, la omisión de información obtenida que no es procesada, la exclusión de opiniones discrepantes con los puntos de acuerdo generales, la insuficiente distinción entre hechos y opiniones, o el abuso en el uso de fuentes anónimas. En la tercera área destaca el abuso de recursos y efectos para dar notoriedad a noticias en verdad inexistentes o irrelevantes. En la cuarta y última área, la autora se ha ocupado del abuso de poder que representa el uso de la imagen pública del informador, con fines lucrativos propios, ajenos a la información. Se refiere la autora a la delicada relación entre los periodistas y la publicidad. Se trata ello, desde su perspectiva, “de una auténtica prostitución de la función pública del periodista”<sup>432</sup>.

Aznar opina que cuando se critica los códigos deontológicos en verdad lo que quiere decirse es que estos no resuelven por sí solos los problemas éticos de la prensa. Lo que a su juicio es necesario, es conocer y aplicar los códigos, que tienen que ser oportunamente complementados por la conciencia ética del profesional frente a cada circunstancia concreta. Es el periodista el llamado a incorporar, a través de su calificada tarea, las cuestiones normativas de la comunicación. “Los aspectos éticos de la comunicación deben entrar en el proceso productivo de los medios gracias a los periodistas”<sup>433</sup>. Asimismo, la eficacia de los códigos dependerá también del público y, ciertamente, de la difusión que de estos se haga a través de los propios medios.

La constante evolución de la sociedad plantea pues nuevos retos para los códigos deontológicos. Una demanda reciente al respecto es, por ejemplo, la que se formula en torno de la incorporación en estos de cuestiones de género. “Las cifras de la presencia de las mujeres en los medios y el modo en que aparecen demuestra que el factor género influye notoriamente en los mismos”<sup>434</sup>.

---

<sup>432</sup>.- *Ibídem*, p. 184.

<sup>433</sup>.- AZNAR, Hugo (2005): *Ética de la comunicación y nuevos retos sociales*. Buenos Aires-Barcelona- México, Paidós, p. 60.

<sup>434</sup>.- ELIZONDO IRIARTE, Itziar (2003): *Género y autorregulación periodística. Principios internacionales de Ética Profesional del Periodismo de la UNESCO y Resolución 1.003 sobre ética del periodismo del Consejo de Europa*. Recuperado el 6 de octubre de 2008 en: <http://www.e-leusis.net/ficheros/texto/G%C3%A9nero%20y%20autorregulaci%C3%B3n%20period%C3%A9stica.pdf> *Eli*. También puede consultarse en PETERS, Bettina (1995): *Mujeres y Medios de Comunicación: Acceso a los medios de comunicación y a la toma de decisiones. Valor y límites de un enfoque auto-regulador de la igualdad de los sexos en los medios*. Simposio Internacional

Por nuestra parte creemos que los códigos deontológicos son la base sobre la cual es posible al público verificar la existencia de parámetros éticos en el medio de su predilección. Allí están sistematizados y ordenados de un modo lógico, lo cual puede permitir al público hacer una suerte de cotejo permanente de los compromisos del medio, para exigirlos en sus prácticas reporteriles y editoriales, cuando perciba un decaimiento en su aplicación.

#### IV.4.1.2. Libros de Estilo

##### IV. 4.1.2.1. Origen

Estos libros, ya muy arraigados en el ámbito anglosajón, particularmente en los Estados Unidos, han encontrado terreno fértil en las empresas informativas más importantes de España y Latinoamérica. No es casual que uno de los primeros en español haya sido el Manual de *Selecciones* —del *Reader's Digest*— (Normas generales de redacción), aparecido en la Habana a finales de 1950, bajo la dirección de Jorge Cárdenas Nanneti. En 1975 fue publicada la primera edición del Manual de estilo de Efe exterior. En 1986 se editó el primer Libro de Redacción de *La Vanguardia*. Otros libros destacados de este género en España son el Libro de Estilo de *El País*, el Manual de Estilo de TVE, el del *ABC* (Madrid), *La Voz de Galicia* (La Coruña) y *El Periódico* (Barcelona). También poseen estas herramientas las radios Onda Cero (1996) y COPE (2003). En Latinoamérica pueden mencionarse el Manual de Estilo y Ética Periodística de *La Nación* (Argentina), el Manual de Estilo de *Clarín* (Argentina), Cómo leer el diario de *Perfil* (Argentina), el Libro de Estilo del diario *Reforma* (México), el Libro de Estilo de *El Nacional* (Venezuela), el Libro de Estilo de *El Tiempo* (Colombia), el Manual de Estilo del semanario *Proceso* (México) y el Libro de Estilo del diario *El Comercio*, de Lima.

Tal parece que los libros de estilo han priorizado en un inicio los aspectos formales de la presentación de los periódicos, en orden a la calidad del producto

---

de la UNESCO, 28 de febrero a 3 de marzo de 1995. Texto recuperado el 18 de octubre de 2008 en: <http://www.ifj.org/assets/docs/124/182/b9bd97c-7886bb6.pdf>. Se trata de un documento para la discusión elaborado por la entonces Secretaria General adjunta de la Federación Internacional de Periodistas.

periodístico, desde el punto de vista ortográfico, gramatical, tipográfico o fotográfico. Los libros de estilo más recientes han incorporado con mayor claridad los aspectos deontológicos. Alex Grijelmo ha llamado a esta secuencia la primera y segunda “generación” de libros de estilo<sup>435</sup>. En la primera generación puede ubicarse al *New York Times*, cuyo libro de estilo se limita al lenguaje. En la segunda generación podría figurar el *Washington Post*<sup>436</sup>. También las Directrices Editoriales de la *BBC* encuadran, a nuestro juicio, en esta segunda generación<sup>437</sup>.

#### IV. 4.1.2.2. Concepto

Los libros de estilo son instrumentos que recogen no sólo enunciados de tipo ético, como los plasmados en los códigos deontológicos, sino que transmiten además una cultura institucional, desarrollando con amplitud muy variados aspectos del quehacer del medio de comunicación. Estos libros permiten, por su naturaleza, una descripción detallada de la forma de actuación del periodista ante circunstancias muy diversas. En cierto modo son unos compendios de valores y reglas específicas que ha de observar el periodista de un determinado medio. Así, los grandes principios éticos encuentran un correlato en situaciones específicas de actuación<sup>438</sup>.

«Los libros de estilo... —afirma Omar Raúl Martínez— recogen normas técnicas de la escritura periodística. Su misión central es uniformar criterios estilísticos e incluso ortotipográficos y evitar errores: tareas que desde luego no pueden dissociarse de principios deontológicos»<sup>439</sup>.

---

<sup>435</sup>.- Cfr. GRIJELMO, Álex (2001): *El estilo del periodista*. Madrid, Taurus, p. 582-583.

<sup>436</sup>.- Cfr. DÍAZ ARIAS, Rafael (2000): *La libertad de programación en radiodifusión. Un desarrollo del artículo 20 de la Constitución Española*. Facultad de Derecho de la Universidad Complutense de Madrid. Tesis Doctoral dirigida por José María Desantes Guanter, p. 431.

<sup>437</sup>.- Cfr. BRITISH BROADCASTING CORPORATION (2007): *Directrices Editoriales. Valores y Criterios de la BBC* (traducción a cargo de Santiago Pérez Díaz). Madrid, Asociación de la Prensa de Madrid.

<sup>438</sup>.- Algunos libros de estilo consultados son los siguientes: El PAÍS (2006): *Libro de Estilo*. Madrid, El País, 11ª edición; ALLAS LLORENTE, José María y DÍAZ SALGADO, Luis Carlos (coordinadores) (2004): *Libro de Estilo. Canal Sur Televisión y Canal 2 Andalucía*. Sevilla, RTVA; CAMPS, Magí (coordinadora) (2004): *La Vanguardia. Libro de Redacción*. Barcelona, La Vanguardia Ediciones y Ariel; MARTÍNEZ DE SOUSA, José (2003): *Libro de estilo Vocento*. Gijón, Trea; ABC (1993): *Libro de estilo de ABC*. Madrid, Ariel; EL COMERCIO (1998): *Libro de Estilo de El Comercio*. Lima, Empresa Editora El Comercio.

<sup>439</sup>.- MARTÍNEZ, Omar Raúl (2000): *op. cit.*, p. 5.

Sin embargo, los manuales de estilo están dirigidos a los miembros de la redacción y no son documentos para la consulta del público. Ello impide que puedan ser un referente útil para los lectores, si de evaluar la conducta ética del medio se trata. No obstante, hay ejemplos de libros de estilo publicados y comercializados como el Libro de Estilo de *El País*, o el Manual de Estilo del semanario *Proceso*, de México. También hay versiones en Internet del Vademécum de Español Urgente, de la agencia de noticias Efe. Éste texto, sin embargo, no tiene entradas para cuestiones éticas<sup>440</sup>.

#### IV. 4.1.2.3. Contenidos

Los libros de estilo comparten con los códigos deontológicos y con los estatutos de redacción, la presentación de valores, principios y directrices sobre los más variados desafíos éticos del quehacer periodístico, aunque los énfasis de unos y otros documentos sean distintos. Temas clásicos como la objetividad, el respeto por el honor y la intimidad, entre otros ya mencionados al aludir a los códigos deontológicos, están también desarrollados en los libros de estilo, pero es natural encontrar en ellos pautas más específicas también para materias tan disímiles como los tratamientos protocolares<sup>441</sup>, de la discapacidad<sup>442</sup> o del terrorismo<sup>443</sup>.

Los directores del diario *El Comercio* decían, al presentar el Libro de Estilo de esa casa periodística peruana, que los enunciados éticos generales no lo explican todo. Por ello el libro ofrece un compendio de las normas de procedimiento, que expresan los principios.

---

<sup>440</sup>.- Cfr. ALBARRÁN DE ALBA, Gerardo (2007): *op. cit.*, p. 233.

<sup>441</sup>.- Cfr. HERRERO, Julio César (2006): “*El protocolo en los libros de estilo de los medios de comunicación españoles*”. En *Ámbitos*, N° 15, Universidad de Sevilla, pp. 157-169.

<sup>442</sup>.- Cfr. MARTÍN HERRERA, Inma (2006): “*El papel de los medios de comunicación en la imagen social de la discapacidad*”. En *Comunicación e Ciudadanía*, N° 2, Revista Internacional de Xornalismo Social, Colegio Profesional de Periodistas de Galicia y Observatorio Galego dos Medios. Sobre el tratamiento de la discapacidad en los libros o manuales de estilo y, sobre las novísimas guías de estilo para el tratamiento periodístico de la discapacidad, puede consultarse también en CANDIANO, Natalia (2006): *Medios y discriminación. Imagen social de las personas con discapacidad, según la prensa argentina. Análisis del discurso de Clarín, La Nación y Página 12*. Tesina de Licenciatura en Periodismo. Facultad de Ciencias de la Educación y de la Comunicación Social. Universidad de El Salvador, pp. 16-19, 99-100, 112-114, en: [http://www.salvador.edu.ar/vrid/cpg/tesina\\_candiano.pdf](http://www.salvador.edu.ar/vrid/cpg/tesina_candiano.pdf). Recuperado el 12 de septiembre de 2008.

<sup>443</sup>.- Cfr. SÁNCHEZ RODRÍGUEZ, Gabriel (2005): “*Informar sobre terrorismo: una misión difícil pero necesaria*”. En *Revista Comunicación y Hombre*, N° 1, Universidad Francisco de Vitoria, pp. 71-89. Ver pp. 85-86.

«Así, entre otras cosas, podrá apreciarse desde las diferencias de los estilos de redacción hasta las maneras de acceder a las fuentes noticiosas; así como las vías previstas para atender las quejas, las rectificaciones y todo problema que pudiera presentarse en la delicada relación que se da entre el periódico y los lectores, los anunciadores, los miembros de gobierno, las comunidades informativas, etcétera»<sup>444</sup>.

Podemos afirmar entonces que los libros de estilo reiteran los contenidos de los códigos deontológicos, aunque profundizan en ellos y los explicitan con ejemplos y casos, al mismo tiempo que abordan otras temáticas, que escapan ya a la ética. No sustituyen a los códigos, sino que los amplían.

#### IV. 4.1.2.4. Cuestionamientos

El mecanismo de autocontrol bajo comentario, al igual que los códigos deontológicos, no ha estado tampoco libre de cuestionamientos. Martínez Albertos, por ejemplo, se ha mostrado disconforme con la postura de los manuales de estilo en lengua hispana:

«Los libros de estilo, de inspiración anglosajona y más concretamente norteamericana, se han trasladado al modelo español de una forma sesgada y al servicio de unos objetivos que no se corresponden en realidad con la idea que inspiró estos textos. Originariamente, el libro de estilo debe cubrir dos apartados claramente diferenciados: a) normas y consejos gramaticales para la redacción de los textos periodísticos y b) normas orientadoras para las prácticas discursivas de los periodistas: criterios deontológicos, jurídicos y profesionales. Pues bien, en el caso español los libros de estilo están patológicamente obsesionados con las normas gramaticales e ignoran olímpicamente todo o casi

---

<sup>444</sup>.- EL COMERCIO (1998): *op. cit.* Presentación a cargo de MIRÓ QUESADA SOSA, Aurelio y MIRÓ QUESADA GARLAND, Alejandro, p. 16.

todo lo que se refiere a las normas estilísticas reguladoras de las prácticas profesionales de los periodistas»<sup>445</sup>.

Gerardo Albarrán tampoco se ha mostrado muy optimista sobre la sistematización de los libros de estilo en América Latina en su tratamiento de las cuestiones éticas:

«Algunos de ellos, conocidos como manuales de “segunda generación”, incluyen ya algunos conceptos deontológicos elementales, sin llegar a constituir verdaderos códigos de ética. Es el caso del diario mexicano *Reforma*, cuyos principios éticos están contenidos en un documento estilístico-burocrático-administrativo, que lo mismo determina formas de conducta y lenguaje en el interior de las instalaciones del periódico para cualquier empleado o la forma particular de vestir de los reporteros, que hace señalamientos deontológicos muy puntuales, como prohibir aceptar regalos o invitaciones pagadas de las fuentes de información»<sup>446</sup>.

En nuestra opinión, sin embargo, la crítica de los libros de estilo es aún prematura. En el ámbito hispanoamericano son todavía una experiencia reciente. Difícilmente puede exigirse de ellos más de lo que en verdad pueden ofrecer. Se trata, como ha sido dicho, de un mecanismo que amplía los códigos de ética, además de abordar otras materias que los trascienden. Creemos que su uso es complementario a los códigos y que puede ser un instrumento eficiente para el desarrollo de actitudes entre los integrantes de la redacción del medio.

---

<sup>445</sup>.- MARTÍNEZ ALBERTOS, José Luis (2005): “La responsabilidad de los comunicadores en el lenguaje de los medios: la corrección académica”. En *Revista Latina de Comunicación Social*, N° 60. El texto citado ha sido recuperado el 24 de agosto de 2008 en: <http://www.ull.es/publicaciones/latina/200532martinezalbertos.htm>.

<sup>446</sup>.- ALBARRÁN DE ALBA, Gerardo (2007): *op. cit.*, p. 233.

IV.4.1.3. Estatutos de Redacción.

IV. 4.1.3.1. Origen

El antecedente más significativo de los Estatutos de Redacción son las denominadas sociedades de redactores, que se forman inicialmente en Francia ante la consolidación de algunos periódicos como empresas informativas, orientadas en una lógica mercantil, de negocios, donde el periodista podía convertirse sólo en un proveedor de informaciones sin mayor participación en la definición de la línea editorial del periódico. Entonces las sociedades de redactores reivindicaron el rol del periodista, demandando una presencia en la conducción editorial del medio, a través de una participación en el capital de la empresa. Este proceso ha sido explicado por el protagonismo durante la Resistencia de los grandes periódicos franceses, donde cada redacción encarnaba el pluralismo de aquella lucha. Así, a las sociedades de redactores les fue reconocida una participación en el accionariado de cada periódico y en sus consejos de administración, en la hora de la liberación<sup>447</sup>.

El modelo de estas sociedades de redactores fue entonces el del diario *Le Monde*. En otros países, España por ejemplo, surgieron Consejos de Redacción en la década de los setenta, cuyo sentido era el de renovar una suerte de pacto fundacional, entre los propietarios del medio y sus periodistas, en orden a la ideología, los valores y la línea editorial del periódico<sup>448</sup>. Díaz Arias cita los casos de *El País* y del diario *Madrid*, donde se constituyeron tempranamente estos Consejos. Aunque sus acuerdos no eran vinculantes, podían ejercer alguna influencia a nivel de representación y mediación. En Alemania, en cambio, en esos mismos años, los consejos de redacción se presentan como un baluarte ante la ideologización de los medios, y como garantía del

---

<sup>447</sup>.- Cfr. DÍAZ ARIAS, Rafael (1997): “*Por una información independiente y profesional. Estatutos de Redacción*”. En *Encuentro de Periodistas y Profesionales de la Información*. Madrid, CCOO-FESPACE. El texto referido fue recuperado el 6 de agosto de 2008 en: <http://www.ucm.es/info/per2/Programas/RafaelDiaz/Estatutos.FESPACE.pdf>.

<sup>448</sup>.- No obstante Carpizo ha señalado la dificultad, en algunos casos, de “determinar cuál es la postura ideológica de una empresa informativa, porque no se cuenta con documento alguno en el cual aquella se precise... En diversas naciones encontramos empresas informativas que prefieren no definirse ideológicamente, sino conservar una ambigüedad al respecto”. CARPIZO Jorge (2000): “*Algunas reflexiones sobre la cláusula de conciencia de los comunicadores*”. En CARPIZO, Jorge y CARBONELL, Miguel (coordinadores): *op. cit.*, p. 490. El autor también alude a la inexistencia de Estatutos de Redacción en México.



pluralismo al interior del propio medio de comunicación, donde podían coexistir la opinión de los propietarios y la del periodista. Esos consejos de redacción empiezan a perfilar luego los estatutos de redacción<sup>449</sup>.

El diario *El País* fue el primero en dotarse en España de un Estatuto de Redacción, en 1980. Otros han seguido la misma pauta: *El Mundo*, *La Vanguardia*, *El Periódico de Catalunya*, *La Voz de Galicia* y *El Punt*, entre otros, además de algunos medios radiales y televisivos y la Agencia de Noticias EFE. Con características distintas, también existe el Estatuto de Redacción de Cataluña, aunque éste no es un acuerdo entre una empresa editora y sus periodistas. Es una declaración suscrita en 1992 por el Colegio de Periodistas de Cataluña, los sindicatos de Comisiones Obreras y la Unión General de Trabajadores, la Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad Autónoma de Barcelona y algunos representantes de las redacciones de medios de comunicación<sup>450</sup>. En Francia, Alemania, Austria e Italia hay también varios antecedentes de Estatutos de Redacción. Algunos destacados son *Le Monde*, *L'Est Republicain*, *Le Figaro*, *Süddeutsche Zeitung*, *Neuen Zürcher Zeitung*, *Corriere della Sera*<sup>451</sup>, *La Repubblica*, y *Mondadori*, entre otros. El Consejo de Europa recomendó en 1993, al aprobar su conocido Código Deontológico, la adopción en los medios de estatutos de redacción. En Iberoamérica, en cambio, esos estatutos son una figura prácticamente desconocida. Son, sin embargo, una sentida necesidad en la prensa latinoamericana, llena de ejemplos de inconsecuencia con la línea editorial, en función de concretos intereses políticos y económicos<sup>452</sup>.

Si bien en la concepción liberal decimonónica de la libertad de prensa ésta fue identificada también con la libertad de la empresa informativa, se entiende contemporáneamente que la comunicación libre se viola tanto desde los poderes

---

<sup>449</sup>.- Cfr. DÍAZ ARIAS, Rafael (1997): *op. cit.*

<sup>450</sup>.- Cfr. NAVARRO MARCHANTE, Vicente J. (1997): *op. cit.*, pp. 201-218.

<sup>451</sup>.- Los estatutos de estos medios fueron algunas de las fuentes que sirvieron a Díaz Arias para formular una propuesta de Estatuto de Redacción para la Televisión Española. DÍAZ ARIAS, Rafael (1983): “*Por una información profesional: Un proyecto de Estatuto para los Servicios Informativos de TVE*”. En *Documentación de Ciencias de la Información*, Nº 7, pp. 273-288.

<sup>452</sup>.- Al respecto Albarrán ha dicho: «La inexistencia de estatutos de la redacción en Latinoamérica ha dejado inermes a los periodistas, que se ven sometidos con frecuencia a los fluctuantes intereses de los dueños de los medios, y aún se ve lejos una cohesión gremial que pueda empujar iniciativas en esta dirección». ALBARRÁN DE ALBA, Gerardo (2007): *op. cit.*, p. 232.

externos al medio de comunicación como desde la conducción de los mismos. Sin embargo, como dice Gay Fuentes, “no se trata de anular la facultad que retiene el propietario del medio de determinar la orientación ideológica del medio, sino de armonizar esta libertad con los derechos de los que son titulares los informadores mismos”,<sup>453</sup>.

Los estatutos de redacción están llamados pues a hacer compatible el derecho a informar tanto de periodistas como de propietarios. Para esto es necesario moderar las facultades de unos y otros, poniendo límites al poder casi omnímodo del empresario, otorgándoles más responsabilidad a los redactores, para que puedan cogestionar la línea editorial del medio. El referente de esta asignación de derechos y responsabilidades será primariamente deontológico. Son presupuestos éticos los que permitirán armonizar las perspectivas empresariales y periodísticas. La ética será entonces un punto de encuentro y conciliación entre todos los actores del proceso informativo.

#### IV. 4.1.3.2. Concepto

Omar Raúl Martínez ha definido así este instrumento:

«Los estatutos de redacción patentizan acuerdos voluntarios entre la empresa mediática y los periodistas, particularmente en lo que concierne a responsabilidades y relaciones profesionales entre ambas partes. Tales documentos definen y plantean principios editoriales, derechos y deberes profesionales (por ejemplo, asuntos como secreto profesional, derechos de autor, cláusula de conciencia...), competencia y funciones de los cargos directivos así como criterios de edición y dinámicas de operación interna»<sup>454</sup>.

Parecida es la definición que aporta Navarro Marchante:

«Constituyen un conjunto de normas privadas concertadas en el seno de las empresas informativas, con el objeto de regular las condiciones básicas referidas

---

<sup>453</sup>.- GAY FUENTES, Celeste (1991): “*La regulación del ejercicio de la profesión periodística*”. En *Revista de Administración Pública*, N° 126, Madrid, pp. 385-408. Ver p. 403.

<sup>454</sup>.- MARTÍNEZ, Omar Raúl (2000): *op. cit.*, p. 5.

a aspectos profesionales del ejercicio del derecho a la información entre los profesionales entre sí, con la dirección de la redacción del medio y con la empresa editora. No se trata, pues, de pactar cuestiones de carácter laboral que, por razón de su naturaleza, se integran en los convenios colectivos de trabajo»<sup>455</sup>.

A la pregunta sobre qué es un Estatuto de Redacción, la central sindical española Comisiones Obreras ha respondido así:

«Es una norma interna, con plena validez jurídica, que regula y ordena las relaciones profesionales de los miembros de la Redacción entre sí y con la Dirección, especifica en su articulado los derechos y deberes de los periodistas y crea un órgano, el Consejo o Comité de Redacción, que representa a la Redacción, vigila el cumplimiento del propio Estatuto y defiende los intereses profesionales de los periodistas ante la Dirección y ante el dueño de la empresa...»<sup>456</sup>

No es necesario abundar más allá de los conceptos ofrecidos. Los tres coinciden en los elementos centrales de los estatutos de redacción: su carácter de acuerdo entre los periodistas y la dirección y la naturaleza de su contenido, relativo únicamente al quehacer profesional al interior del medio.

#### IV. 4.1.3.1. Contenidos

La protección del secreto profesional, para no develar las fuentes informativas, y la cláusula de conciencia, que permite rescindir el contrato como si se tratara de un despido improcedente en caso de cambio en la línea editorial, son los principales derechos reconocidos en los Estatutos de Redacción<sup>457</sup>. Incluyen también otros

---

<sup>455</sup>.- NAVARRO MARCHANTE, Vicente J. (1997): *op. cit.*, pp. 201-218.

<sup>456</sup>.- COMISIONES OBRERAS (2005): “*Primera aportación de CC.OO. para el Estatuto de Redacción de EFE. La redacción toma la palabra*”. Recuperado el 23 de septiembre de 2008 en: <http://unitaria.galeon.com/imagenes/quees.pdf>.

<sup>457</sup>.- Sobre el secreto profesional y la cláusula de conciencia, y su tratamiento en los estatutos de redacción, puede consultarse en CARRILLO, Marc (2000): *op. cit.*, pp. 401-434. También en CARRILLO, Marc (1997): “*Los Estatutos de Redacción, la cláusula de conciencia y el secreto profesional*”. En ESCOBAR DE LA SERNA, Luis (director): *La cláusula de conciencia*.

derechos y deberes que guardan relación con los contenidos de los códigos deontológicos: obligación de publicar rectificaciones y el derecho del autor de la información a ser consultado con anterioridad; distinción entre información y opinión; obligación de que la información sea rigurosa y contrastada y que haya sido obtenida por medios lícitos; prohibición a los periodistas de trabajar o colaborar con agencias de publicidad y consultorías de imagen y relaciones públicas; presunción de inocencia de personas implicadas en delitos; obligación de no usar en provecho propio la información a la que se tiene acceso por la condición profesional; prohibición de aceptar regalos o dádivas de empresas o personas que puedan tener intereses respecto de las noticias; rechazo de la apología de la violencia; rechazo de la discriminación por razón de sexo, religión, ideología, raza o procedencia social o cultural; respeto del honor y la intimidad, sobre todo respecto de niños; obligación de formarse para ejercer un trabajo profesional de calidad; derecho al retiro de la firma del periodista en una información en la que se haya alterado sustancialmente el contenido sin su consentimiento; limitación de viajes pagados por empresas externas o fuentes informativas; compromiso de la empresa de asumir gastos de defensa judicial e indemnizaciones en caso de reclamaciones generadas por una información; respeto de la empresa por la intimidad del periodista en sus comunicaciones y en el uso de material de trabajo; y respeto de la empresa sobre los derechos de autor de los periodistas<sup>458</sup>. La temática de la inmigración va siendo incorporada también en los Estatutos de Redacción<sup>459</sup>.

Los elementos sustanciales de una estatuto de redacción son, a juicio de Díaz Arias, los siguientes: un fundamento en el derecho a la información, reconocido

---

Madrid, Universitas, pp. 53-64. La cláusula de conciencia no debe confundirse con la objeción de conciencia, que se puede definir como “el respeto por parte de la empresa por el periodista que se niegue a elaborar un trabajo informativo que va en contra de su conciencia profesional”, o que no acepte firmar como autor “informaciones cuyo contenido no haya sido elaborado por él” o que haya sido sustancialmente alterado. Cfr. URZÚA ARACENA, Mario (2005): *op. cit.*, pp. 32 y siguientes.

<sup>458</sup>.- Cfr. AZNAR, Hugo (2000): *Ética y periodismo: autorregulación, códigos, estatutos de redacción y otros documentos de autorregulación*. Barcelona, Paidós; ESCOBAR ROCA, Guillermo (2002): *Estatuto de los Periodistas. Régimen normativo de la profesión y organización de las empresas de comunicación*. Madrid, Tecnos; COMISIONES OBRERAS (2005): *op. cit.*

<sup>459</sup>.- Cfr. ZABILDEA, Begoña y PÉREZ FUENTES, Juan Carlos (2008): “La ética y la deontología de los medios en el tratamiento de la inmigración”. En BAÑÓN HERNÁNDEZ, Antonio Miguel y FORNIELES ALCARAZ, Javier (coordinadores): *Manual sobre Comunicación e Inmigración*. San Sebastián, Gacoea, pp. 153-180.

constitucionalmente; un referente fundacional: sea ideario editorial o la noción de servicio público; un referente deontológico; un desarrollo de los derechos profesionales inherentes al derecho a la información; y la existencia de un Consejo de Redacción como órgano de representación y participación. Contrariamente, los estatutos de redacción no pueden ser, según el autor recién citado, órganos corporativistas, ni de participación general de los trabajadores. No deben tampoco constituirse en órganos de reivindicación y defensa de los trabajadores, ni ponerse al servicio de un partido o un sindicato<sup>460</sup>.

En efecto, Comisiones Obreras ha reconocido que los estatutos ordenan únicamente aspectos profesionales y, por tanto, “el Consejo o Comité de Redacción que emana de él en ningún caso puede inmiscuirse en problemas de índole laboral y sindical”. El Estatuto de Redacción no debe incluir temas como el salario, la categoría o la movilidad funcional, pero sí otros como censura, secreto profesional u objeción de conciencia.

Los Estatutos de Redacción no están normados por ley, por ello son mecanismos de autorregulación, en tanto obedecen a la libre voluntad de las partes en la relación entre editores y periodistas<sup>461</sup>. Los Estatutos vigentes suelen remitirse a los valores constitucionales del país, o a códigos deontológicos supranacionales para el ejercicio del periodismo, como el de Naciones Unidas. Los Estatutos coinciden en considerar que la Redacción está constituida por todos los trabajadores de la empresa que participan en el proceso de producción de la información: redactores, reporteros, fotógrafos, etc. Todos ellos tienen derechos y obligaciones, y son electores del Consejo o Comité de Redacción. Con frecuencia no pueden integrar esos Consejos los profesionales que no tengan, cuando menos, un año de antigüedad. El Consejo o Comité de Redacción tiene por lo general entre tres y cinco miembros. El mandato de los Consejos o Comités oscila entre uno y tres años. Sus miembros, normalmente, tienen las mismas garantías que los representantes sindicales.

---

<sup>460</sup>.- Cfr. DÍAZ ARIAS, Rafael (1997): *op. cit.*

<sup>461</sup>.- Sobre el carácter autorregulatorio de los Estatutos de Redacción puede consultarse en PULIDO QUECEDO, Manuel (1995): “*Notas sobre el estatuto jurídico de los periodistas*”. En *Revista Española de Derecho Constitucional*, N° 44, pp. 349-357. Ver pp. 351-352.

La vigencia de los estatutos hace necesaria la existencia de órganos de representación de los periodistas, para su debida cautela. Los estatutos difieren, sin embargo, sobre la denominación de estos órganos, a los que llaman Consejos de Redacción, Comités de Redacción, Comités Profesionales o Consejos Profesionales. Estos deben mediar en los conflictos de los periodistas entre sí y con la Dirección, así como velar por el cumplimiento del Estatuto de Redacción. Suelen intervenir en la selección de los cargos de confianza del medio y en la orientación de su línea informativa, propiciando incluso rectificaciones y en algún caso, ante el desacuerdo con la dirección, pueden expresar su discrepancia en las páginas del diario, aunque generalmente bajo la condición de que tal posición sea refrendada por una mayoría calificada.

#### IV. 4.1.3.2. Cuestionamientos

No hemos hallado críticas específicas al quehacer de los estatutos de redacción. Ello puede explicarse por el carácter relativamente novedoso de esta figura y el conocimiento todavía limitado en torno de ella. Sin embargo, hay una crítica implícita, subyacente, en la abrumadora mayoría de los medios de prensa, donde sus directivos prefieren ignorar esos estatutos.

Algunos argumentos que podrían esgrimirse son a nuestro criterio los siguientes: la posibilidad de atentar con la unidad de dirección de la empresa periodística y de su línea editorial; la confusión que podría darse con la naturaleza reivindicativa de la acción sindical; y la generación de tensiones e inestabilidad al interior de la redacción.

#### IV.4.2. Organismos

##### IV.4.2.1. Tribunales de Honor

###### IV.4.2.1.1. Origen

Los tribunales de honor de la prensa tienen su origen, en el ámbito hispano, en los duelos que se producían para zanjar, por vías de sangre, los frecuentes agravios

proferidos entre periodistas en las páginas de los periódicos. El honor y la dignidad de quienes se sentían agraviados no se encontraba muchas veces restablecido por la oportunidad de la réplica y la dúplica, sino que debía definirse con sable o pistola<sup>462</sup>. Al respecto, Mateos Fernández ha recordado los orígenes de esta institución, que con otras características ha llegado a los gremios de prensa en la América hispana<sup>463</sup>. Ligas antiduelistas condenaban aquella práctica reñida con la legislación penal. El autor cita el duelo entre Benigno Varela, director del semanario católico *El Evangelio* y Juan Pedro Barcelona del republicano *Aragón*, el 8 de octubre de 1906. En el lance fue herido el segundo, quien perdió la vida días después. La conmoción generada por este desgraciado suceso desencadenó un primer intento de conformación de un Tribunal de Honor, cuyo propósito sería evitar la realización de duelos que tuviesen a periodistas entre sus contendientes. El Tribunal “de árbitros” debía estar formado por cinco periodistas, elegidos por los directores de periódicos<sup>464</sup>.

El Tribunal se constituyó solo diez años después. Tenía como propósitos intervenir amigablemente ante las disputas entre periodistas, aunque también estaba disponible cuando uno o ambos partícipes no eran del gremio. El Tribunal no tenía fuerza coactiva ante quienes no se sometieran a él. Los agravios entre periodistas eran contestados por el afectado como difamaciones. En consecuencia, estos tribunales debían pronunciarse sobre este particular aspecto de la ética periodística. Perdidos en el tiempo los duelos, aquel Tribunal de Honor fue ya innecesario, aunque perdurara como un instrumento para limitar los excesos de la prensa<sup>465</sup>.

---

<sup>462</sup>.- Los duelos tienen, a su vez, cierta reminiscencia en las antiguas sociedades patriarcales y estamentales, donde el honor era propio de las castas nobles. De allí pasó al ámbito militar donde se tradujo en lances caballerescos y, cuando ello quedó desfasado en el tiempo, en tribunales de honor, muy frecuentes en el ámbito castrense y en diversos gremios y sociedades de tipo corporativo, donde se juzga entre pares las conductas propias de la profesión o actividad que se comparte. Cfr. SAGUIER, Eduardo R. (s/f): *Un debate inconcluso en la América Latina (1600-2000)* (Tomo XV). Buenos Aires, UBA-CONICET. Recuperado el 21 de septiembre de 2008 en: [http://www.er-sagui.org/obras/udhielal/pdfs/Tomo\\_15/08/Tomo-XV-Cap-8.pdf](http://www.er-sagui.org/obras/udhielal/pdfs/Tomo_15/08/Tomo-XV-Cap-8.pdf).

<sup>463</sup>.- En efecto, en el continente americano los tribunales de honor de la prensa no parecen asociados con los duelos y lances caballerescos. En la Argentina, por ejemplo, surgieron a fines del siglo XIX como complemento del Círculo de Cronistas, luego denominado Círculo de Prensa. GALLO, Rosalía (2006): “Prensa y Política”. En *Boletín de la Academia Nacional de Periodismo*, N° 20, Buenos Aires, pp. 61-63.

<sup>464</sup>.- Cfr. MATEOS FERNÁNDEZ, Juan Carlos (1998): “Cuestión de honor. Los periodistas se baten en duelo”. En *Historia y Comunicación Social*, N° 3, Universidad Complutense de Madrid, pp. 323-341. Ver p. 331.

<sup>465</sup>.- Este tipo de tribunales fueron, más adelante, creados en España por Orden del 11 de mayo de 1955 del Ministerio de Información y Turismo. A aquellos se les encomendaba la sanción de

#### IV.4.2.1.2. Concepto

Los Tribunales de Honor son hoy el resultado de una suerte de pacto entre individuos que se someten al dictamen de sus pares en materia ética, presentando como garantía su propio honor. Estos tribunales están muy extendidos al interior de los gremios periodísticos. Su propósito es la aplicación de la deontología de la prensa y su composición es, generalmente, únicamente profesional. Este tipo de tribunales, sin embargo, han caído en desuso y son vistos como instituciones poco imparciales. Aunque existen nominalmente en muchos gremios profesionales en América Latina, no cuentan con suficiente credibilidad.

#### IV.4.2.1.3. Características

Los tribunales de honor se distinguen de los Consejos de Prensa, que analizaremos luego, por su carácter corporativo, pues como ha sido dicho suelen crearse al interior de los gremios periodísticos, sin participación de la sociedad, a diferencia de los Consejos de Prensa que, por lo general, agrupan a periodistas, editores y representantes de la sociedad civil. No obstante, ambas fórmulas comparten el propósito de discernir sobre los comportamientos éticos en el ámbito de la prensa, sobre la base de códigos deontológicos. Dada esta coincidencia, en ocasiones se les ha confundido y presentado como un mismo ente<sup>466</sup>.

Sin embargo, con frecuencia estos tribunales atienden aspectos que van más allá de la ética periodística, ocupándose de cuestiones propias de la conducta del profesional

---

las infracciones que cometieran los periodistas contra la declaración de principios éticos aprobada por la Federación de Asociaciones de la Prensa Española (FAPE). Sus resoluciones eran inapelables. Esos tribunales nunca fueron constituidos. La ley que en 1966 estableció la colegiación obligatoria para los periodistas, dispuso también la creación de un Jurado de Ética Profesional, que sustituyó al Tribunal de Honor, para vigilar el cumplimiento de los principios morales de la profesión. El Jurado era designado por el Ministerio de Información y Turismo y estaba integrado por un magistrado y cuatro vocales miembros de la FAPE. Sus fallos iban desde la amonestación hasta la inhabilitación para el ejercicio profesional. No se trató, por cierto, de mecanismos de autocontrol, pues no surgían de modo espontáneo y voluntario de las entidades representativas de la profesión. Cfr. GAY FUENTES, Celeste (1991): *op. cit.*, pp. 387-388.

<sup>466</sup>.- Cfr. SOMMERLAD, Lloyd (1975): *Los sistemas nacionales de comunicación: cuestiones de política y opciones*. París, UNESCO, p. 33.



frente al gremio del que forma parte. Han sido usados en ocasiones, antes que como mecanismo de autocontrol, como instrumentos de coacción ante personas y grupos contestatarios al poder instaurado al interior de los gremios de la prensa, como veremos en el capítulo VI de esta tesis, al indagar sobre el ejercicio de los mecanismos de autorregulación en el Perú.

#### IV.4.2.1.4. Cuestionamientos

El hecho de ser integrados exclusivamente por profesionales de la disciplina creemos que ha minado su credibilidad, pues se asume con frecuencia que el espíritu de cuerpo en el gremio periodístico los ha llevado a atenuar e, incluso, ocultar las responsabilidades sobre las que les tocaba pronunciarse. De otro lado, al insertarse estos tribunales de modo frecuente en asociaciones y colegios de periodistas, se discute si la misión de estas entidades es la de adoptar un rol inquisitorial frente al comportamiento de los agremiados, o por el contrario su promoción profesional<sup>467</sup>.

«A este propósito —ha dicho Carlos Soria—, hay que ser conscientes de que los Tribunales de honor plantean problemas, a veces, delicados. La sociedad desconfía de ellos porque los informadores asumen en ellos los papeles de juez y parte. Son demasiadas veces instancias juzgadoras más preocupadas por preservar la imagen de la profesión que por presentar la realidad de sus descarríos éticos. A estas críticas, se suma otra de carácter técnico- jurídico, que afecta a la correcta división y distinción de funciones dentro de la organización estatal: se considera que estos Tribunales de honor, a la vista de las sanciones que pueden imponer —en ocasiones, hasta la posibilidad de suspender en el ejercicio de la actividad profesional o incluso de inhabilitar para su ejercicio— se solapan de hecho con la actividad jurisdiccional»<sup>468</sup>.

---

<sup>467</sup>.- ALTEMIR RUIZ-OCANÑA, Francisco (2002): “Consideraciones sobre el artículo de Francisco Fernández Damborenea ‘Algunas conmmiseraciones sobre el Comité Deontológico’”. En *La Voz del Colegiado* N° 255, pp. 19-21. Recuperado el 6 de octubre de 2008 en: [www.ciccp.es/webantigua/rop/Boletin/168/Voz.pdf](http://www.ciccp.es/webantigua/rop/Boletin/168/Voz.pdf) e IGLESIAS, Tomás (1991): “El discutible valor jurídico de las normas deontológicas”. En *Jueces para la Democracia. Información y Debate*, N° 12, pp. 53-61. El autor cuestiona el valor de las normas deontológicas y, como consecuencia, la existencia de tribunales estamentales que, a su juicio, son innecesarios para regular las responsabilidades de los profesionales, dada la abundante legislación para cada actividad.

<sup>468</sup>.- SORIA, Carlos (1984): *op. cit.*, p. 90.

La constitución española, en su artículo 26, prohíbe expresamente los tribunales de honor en el ámbito de la administración civil y de las organizaciones profesionales. En el Perú en cambio, aunque su eficacia es discutible, como se verá en el capítulo VI de esta tesis, son demandados por la colectividad. Así se desprende del informe de la Relatoría de Foros Regionales Anticorrupción, que recoge el sentir y las propuestas de los representantes de diversas entidades comprometidas en los esfuerzos contra la corrupción, una de cuyas conclusiones es que deben auspiciarse los Tribunales de Honor para sancionar las conductas contrarias a la ética, particularmente en los Colegios Profesionales, uno de los cuales es el de periodistas<sup>469</sup>.

#### IV.4.2.2. Consejos de Prensa

##### IV.4.2.2.1. Origen

El antecedente más remoto de este tipo de entidad es el Consejo creado en Suecia en 1919. También en Inglaterra existió el célebre *British Press Council*, creado en 1953 con participación de directores de medios y periodistas y con competencias parecidas a las de su predecesor sueco. En Alemania se estableció un Consejo similar en 1956. En 1959 se creó en Italia, por ley de la república, un Tribunal de Honor de la Prensa. En Bélgica, a su vez, se formó un Consejo de Disciplina y Arbitraje de la Prensa. Estos consejos pueden ser locales, nacionales y hasta supranacionales<sup>470</sup>.

La experiencia más conocida y representativa de este tipo de Consejos ha sido la del desaparecido *British Press Council*, surgido a partir de la recomendación de una Real Comisión designada en 1947 para el análisis de los problemas de la prensa inglesa. El Consejo fue una fórmula para evitar una inminente intervención estatal para regular la prensa. Aunque su objeto fue, en un primer momento, vigilar el cumplimiento de las reglas de la competencia comercial entre las empresas periodísticas, al poco tiempo se

---

<sup>469</sup>.- Cfr. INICIATIVA NACIONAL ANTICORRUPCIÓN y MINISTERIO DE JUSTICIA (2001): *Documento de Trabajo: Un Perú sin corrupción*. Lima, Ministerio de Justicia, p.118.

<sup>470</sup>.- «Los consejos de prensa —dice Blázquez— son organismos que pueden operar a nivel local, regional y nacional. Es de prever que en el futuro haya también consejos de prensa a escala internacional. Piénsese, por ejemplo, en las Naciones Unidas o en la Comunidad Económica Europea». BLÁZQUEZ, Niceto (1994): *op. cit.*, p. 92.

ocupó de las cuestiones propiamente deontológicas, contenidas en un Código aprobado por el mismo Consejo. Se reunía no menos de cinco veces al año y tuvo dos grandes campos de acción. Uno de carácter general, sobre libertad de prensa, respecto del cual hacía periódicas evaluaciones y recomendaciones. Otro, sobre el ejercicio de la profesión, dedicado a atender las quejas de los ciudadanos, sobre las cuales se pronunciaba tras oír a las partes. Sus decisiones tenían alcances de tipo moral. El *Press Council* fue un auténtico tribunal, de gran autoridad, capaz de delimitar la frontera entre lo público y lo privado<sup>471</sup>.

Una serie de críticas a la prensa en los años ochenta del siglo pasado, sin embargo, llevaron al Parlamento británico a designar una comisión que estudiara la situación de los medios. El informe de la comisión parlamentaria, publicado en junio de 1990, concluyó en que era necesaria la creación de una Comisión de Quejas, en sustitución del Consejo de la Prensa, que había perdido la confianza del público. La *Press Complaints Commission* sucedió así al *Press Council*. La nueva Comisión tendría dieciocho meses para demostrar que la autorregulación era en verdad un recurso eficaz. Fue una prueba dura para la prensa, pues en caso de no revertirse la desconfianza, la comisión parlamentaria proponía una legislación específica para la regulación de la prensa. Se formó entonces una Comisión de quejas independiente, a inicios de 1991. Un comité de redactores produjo unas reglas para el funcionamiento de la nueva Comisión de Quejas. Las empresas editoras y los periodistas se comprometieron a respetar un código y a asegurar la financiación de la Comisión. Ésta es un cuerpo independiente que se ocupa de las quejas del público sobre el contenido editorial de los periódicos y las notas en sus secciones. El servicio al público es accesible, rápido y gratuito. La mayoría de las quejas son resueltas en el lapso de 35 días laborables<sup>472</sup>.

En 1995 el gobierno de entonces reconoció los logros de la Comisión en el desarrollo de una autorregulación eficaz. Más recientemente el gobierno laborista, elegido en 1997, también hizo similar reconocimiento y, en el 2003, un comité de la Cámara de los Comunes ha destacado las mejoras ocurridas en el sistema de autorregulación durante la década pasada. La Comisión recibió 4,340 quejas en 2007.

---

<sup>471</sup>.- Cfr. URABAYEN, Miguel (1997): *Vida Privada e Información: un conflicto permanente*. Pamplona, Universidad de Navarra, p. 71.

<sup>472</sup>.- Cfr. MURRAY, John (2001): *A press free and responsible: self-regulation and the Press Complaints Commission, 1991-2001*. London, Richard Shannon Publisher.

Dos terceras partes de ellas se referían a la exactitud de las informaciones y una de cada cinco tenía relación con intrusiones en la intimidad de las personas. Las quejas se investigan bajo un código que compromete a todos los periódicos y periodistas, el mismo que establece cómo se obtienen y se divulgan las noticias. También proporciona protección especial a grupos de personas particularmente vulnerables, tales como niños o personas en peligro de discriminación. Además de las quejas formales, la Comisión recibe un número considerable de llamadas del público. En 2007 fueron recibidas aproximadamente 10,000 denuncias por el teléfono, el fax y el *email*<sup>473</sup>.

El primer Consejo de Prensa español fue creado en 1922 en Santander<sup>474</sup>. El régimen de Francisco Franco estableció, en mayo de 1955, tribunales de honor para juzgar las infracciones al decálogo moral del periodista. Estos no llegaron a funcionar. Luego, en septiembre de 1962, se formó el Consejo Nacional de Prensa, reglamentado en diciembre de 1967. Fue un ente consultivo del Ministerio de Información y Turismo, respecto de los medios de difusión. En 1969 se estableció un Jurado de Ética Profesional Periodística, considerado ya en la Ley de Prensa e Imprenta de 1966 y regulado en marzo de 1969<sup>475</sup>. Ninguno de estos órganos, dada su dependencia gubernamental, pueden ser considerados instrumentos de autocontrol, aunque constituyen antecedentes a destacar. El Consejo de la Información de Cataluña se creó por iniciativa del Colegio Oficial de Periodistas de Cataluña. Un código deontológico aprobado por ese colectivo, en 1992, señaló en su declaración final la necesidad de constituir un organismo con autoridad moral que velara por el cumplimiento de los criterios éticos del código. Recién en 1996, con la participación de medios de comunicación, facultades de periodismo, el Sindicato de Periodistas de Cataluña y diversos profesionales, se sanciona un reglamento para su funcionamiento. El Consejo es definido como un órgano de arbitraje privado e independiente<sup>476</sup>. Esta sí es ya una instancia de autocontrol afín a los Consejos de Prensa existentes en otros países de Europa.

---

<sup>473</sup>.- Los datos están tomados de la página web del *Press Complaints Commission*. Vistos el 3 de septiembre de 2008 en: <http://www.pcc.org.uk/>.

<sup>474</sup>.- Cfr. NÚÑEZ ENCABO, Manuel (2006): *op. cit.*, p. 68.

<sup>475</sup>.- Sobre la composición de este jurado y otras de sus características puede consultarse en BEL MALLÉN, José Ignacio (1986): “*Puntos de partida para un futuro status de la profesión periodística*”. En *Revista de Ciencias de la Información* N° 3, Universidad Complutense de Madrid, pp. 185-196. Sobre los citados jurados ver las páginas 191 y 192.

<sup>476</sup>.- Cfr. NAVARRO MARCHANTE, Vicente J. (1997): *op. cit.*, pp. 201-218.

La Federación de Asociaciones de Periodistas de España (FAPE), a su vez, aprobó en 1993 su Código Deontológico de la Profesión Periodística y, en el 2004, un Consejo Deontológico para garantizar su cumplimiento. De esta forma, España ha ingresado, en septiembre de 2005, a través de la FAPE, a la alianza de Consejos de Prensa Europeos Independientes, que integran 27 países. La FAPE sigue el modelo propuesto por el Consejo de Europa, basado en tres características: la existencia de principios éticos conocidos por el público, que trascienden la ética privada y son de ética pública, comportando por ello responsabilidades ante la propia conciencia, pero también ante los ciudadanos; la existencia de garantías de un compromiso público de respeto por los propios principios, admitiendo en consecuencia comisiones de autocontrol independientes de los medios; y garantías de autosanción, que implican el compromiso de publicación de las resoluciones de esas comisiones<sup>477</sup>.

El Consejo Deontológico de la FAPE ha pasado a denominarse, desde el 2006, Comisión de Quejas y Deontología, cuyos principios de actuación y organización están determinados en el artículo 23º de los estatutos de la FAPE y en un reglamento propio. La Comisión está compuesta por un mínimo de nueve y un máximo de quince integrantes, nombrados por la Junta Directiva de la FAPE. Dos de ellos serán juristas reconocidos y otros dos periodistas. Los restantes serán figuras representativas de la sociedad y de acreditada preocupación por la ética. La Comisión se ha pronunciado ya en diversos casos relativos a la ética periodística, ante la queja de los interesados. Sus resoluciones van constituyendo un referente deontológico relevante<sup>478</sup>.

En las últimas décadas han surgido también este tipo de Consejos en los países en desarrollo. Después de 1960 aparecieron en Corea del Sur, la India, Nepal, Bangladesh, Sri Lanka e Indonesia. En los 90 se crearon otros consejos en Filipinas y Mozambique (1991), Ghana (1992), Nigeria (1992), Fiji (1993), Côte d'Ivoire (1994), Senegal (1996), Perú, Tailandia, Sudáfrica, Tanzania (1997)<sup>479</sup>.

---

<sup>477</sup>.- Cfr. NÚÑEZ ENCABO, Manuel (2006): *op. cit.*, pp. 67-74. Sobre el código de la FAPE también se ha ocupado GARCÍA GONZÁLEZ, Daniel (s/f): “*Códigos Deontológicos y Profesión Periodística*”. El texto referido fue recuperado el 7 de septiembre de 2008 En: [http://www.ehu.es/danielgarcia/deontologia/codigos\\_deontologicos.pdf](http://www.ehu.es/danielgarcia/deontologia/codigos_deontologicos.pdf).

<sup>478</sup>.- Cfr. FEDERACIÓN DE ASOCIACIONES DE PERIODISTAS DE ESPAÑA (2008): *Memoria de la Comisión de Quejas y Deontología de la Federación de Asociaciones de Periodistas de España 2004-2007*. Madrid, FAPE.

<sup>479</sup>.- Cfr. HUTEAU, Jean (2000): *op. cit.*, pp. 43-45.

El Consejo de la Prensa Peruana, creado en 1997, cuenta con un Tribunal de Ética, que resuelve sobre las solicitudes de los lectores que resulten afectados por las informaciones de los medios<sup>480</sup>. En Chile también existe un Consejo de Ética de los Medios de Comunicación, constituido por la Asociación Nacional de la Prensa, que agrupa a 43 empresas editoras que publican 47 diarios y 42 revistas<sup>481</sup>.

Tras detallar la evolución de los consejos de prensa podemos señalar los que, a nuestro juicio, constituyen los dos hitos más relevantes en este proceso. El primero, sin duda, la ya referida creación de un consejo de esta naturaleza en Suecia, en 1919, que ha servido de modelo para aquellos que se han sucedido alrededor del mundo. El segundo hito fue la creación del *British Press Council*, a partir de una recomendación del parlamento británico en 1947. Este organismo popularizó el derecho ciudadano a cuestionar a los medios de comunicación.

#### IV.4.2.2.2. Concepto

Los Consejos de Prensa son frecuentemente entidades con representación plural, en las que participan voceros de los gremios de la prensa, de la sociedad civil e, incluso, del Estado. Reciben litigios planteados sobre la veracidad de las informaciones, las afectaciones al honor y la intimidad o el uso de la publicidad en los medios, entre otras cuestiones. Sus procedimientos son paralelos a los jurisdiccionales y sus sanciones son de tipo moral. Ernesto Villanueva los ha definido como organismos “de creación y ejecución de normas de conducta que valida la existencia de los sistemas de autorregulación informativa”<sup>482</sup>. Las resoluciones de estos Consejos tienen, ante todo, un valor moral, pues no suplantán la potestad sancionadora del Estado. Su eficacia será posible sólo en la medida en que las partes implicadas se sometan a sus dictámenes, cualquiera sea el sentido de los mismos.

---

<sup>480</sup>.- Cfr. ROMERO UMLAUFF, Gustavo (2000): “Autocontrol de la información”. En PRIESS, Frank y CACUA PRADA, Antonio (editores): *Ética y Responsabilidad*. Bogotá, Konrad Adenauer Stiftung, pp. 143-153. El autor citado ejerció la secretaría ejecutiva del Consejo de la Prensa Peruana y relata en el texto las características de ese Consejo y los procedimientos de rectificación y queja que se instauran ante el mismo.

<sup>481</sup>.- Cfr. ALBARRÁN DE ALBA, Gerardo (2007): *op. cit.*, p. 234.

<sup>482</sup>.- VILLANUEVA, Ernesto (2004): *op. cit.*, p. 35.

El trabajo de los Consejos de Prensa sólo es posible, opinamos, con una composición plural que dé cabida a las empresas informativas, a los periodistas y al público. Los consejos requieren, además, el reconocimiento de su plena autonomía. Ello, a su vez, exige un clima general de respeto de las libertades públicas y de los principios democráticos.

#### IV.4.2.2.3. Características

Un elemento esencial, cuando se trata de caracterizar los Consejos de Prensa, es el carácter no coercitivo de sus decisiones, aceptadas por el libre consentimiento de las empresas editoras y de los periodistas. Asimismo, se caracteriza por su doble función de control, respecto de los abusos cometidos por la prensa y contra la prensa<sup>483</sup>. Otro elemento que puede añadirse es el relativo a los procedimientos que se siguen en los Consejos. Aunque no son tan complejos y acerbados como los mecanismos jurisdiccionales, sí han tomado de éstos algunas garantías procesales, como libre accesibilidad, imparcialidad, derecho de defensa, audiencia bilateral, igualdad entre las partes, aportación de pruebas, publicidad de las sesiones y disponibilidad, probidad y eficacia del proceso<sup>484</sup>.

Ernesto Villanueva ha caracterizado diversos tipos de Consejos de Prensa. Para ello ha propuesto algunas tipologías. El tipo *paradigmático* considera aquellos consejos autónomos e independientes con representación equilibrada de periodistas, editores y representantes del público, surgido con el consenso de las partes involucradas y basado en pautas ética acordadas por ellos mismos o por la profesión periodística. El tipo *cuasiparadigmático* incluye a aquellos consejos que se aproximan considerablemente al tipo anterior, como aquellos que reuniendo las características señaladas, omiten la participación del público en el consejo. En el tipo *minimalista* la cercanía con el modelo paradigmático es menor, aunque conserva márgenes suficientes de independencia. En tal sentido, el autor señala doce categorías de comparación: marco normativo constitucional de las libertades informativas, origen del Consejo de Prensa, objetivos, atribuciones, integrantes, mecanismos de elección de éstos, sistema de resolución de

---

<sup>483</sup>.- Cfr. CARRILLO, Marc (1986): “*Los Consejos de Prensa como forma de Autocontrol: Propuestas y Prevenciones respecto a su viabilidad en España*”, *op. cit.*, p. 86.

<sup>484</sup>.- Cfr. VILLANUEVA, Ernesto (2002): *Autorregulación de la prensa: Una aproximación ético-jurídica a la experiencia comparada*, *op. cit.*, pp. 44-45.

quejas, sistema de adopción de resoluciones, sanciones, fuentes de financiamiento, eficacia, y pautas deontológicas utilizadas<sup>485</sup>.

Carlos Soria, por su parte, considera verdaderos Consejos de Prensa sólo aquéllos que poseen una representación tripartita, de las empresas informativas, los profesionales de la información y el público. Estos Consejos cuentan únicamente con la fuerza moral de su prestigio, de la racionalidad de sus juicios y la que les confiere la publicación voluntaria de los dictámenes y acuerdos que adoptan<sup>486</sup>.

Sintetizando podríamos afirmar que son tres las características que mejor pueden definir a los Consejos de Prensa: carácter no coercitivo, función de control de los abusos de la prensa y los cometidos contra ella y, representación tripartita: de los periodistas, de los propietarios y del público.

#### IV.4.2.2.4. Cuestionamientos

Existen Consejos de Prensa de derecho privado y de derecho público. Es decir, creados a instancias de los propios periodistas y medios de comunicación o, por el contrario, como consecuencia de un acto de gobierno de alguna instancia estatal. Más allá de su origen, Villanueva considera —siguiendo a la Asociación Mundial de Consejos de Prensa, reunida en Asamblea en Kuala Lumpur en 1985— que ambas opciones son válidas en función de las peculiaridades históricas y sociales de los pueblos. Lo esencial, a su juicio, es que una vez constituidos, sean plenamente respetados en su autonomía respecto de los gobiernos o de cualquier otra interferencia<sup>487</sup>. Albarrán, por el contrario, desconfía de los mecanismos de autorregulación impuestos por el Estado, a través de leyes, pues a su entender representan un contrasentido, al perderse la condición de acto voluntario, característica esencial de la autorregulación, y quedar convertidos en instrumentos de control<sup>488</sup>.

---

<sup>485</sup>.- Cfr. *Ibidem*, pp. 51-58; VILLANUEVA, Ernesto (2004): *op. cit.*, pp. 130 y siguientes; VILLANUEVA VILLANUEVA, Ernesto (2001): *Autorregulación informativa y consejos de prensa alrededor del mundo. Una aproximación comparativa*. Universidad de Navarra. Tesis Doctoral dirigida por Ana Azurmendi.

<sup>486</sup>.- Cfr. SORIA, Carlos (1984): *op. cit.*, p. 90.

<sup>487</sup>.- Cfr. VILLANUEVA, Ernesto (2002): *Autorregulación de la prensa: Una aproximación ético-jurídica a la experiencia comparada*, *op. cit.*, pp. 27-31.

<sup>488</sup>.- Cfr. ALBARRÁN DE ALBA, Gerardo (2007): *op. cit.*, p. 231.



«Estos organismos —según Blázquez— son creados por la propia profesión periodística y no por el Estado. Los regímenes totalitarios se sirven siempre de organismos similares para controlar los media de formas intolerables. No parece fácil la creación y mantenimiento de estos consejos. Su viabilidad sólo es posible en un contexto de libertades públicas reconocidas y garantizadas. Donde no existe ese contexto de libertad los consejos de prensa internos terminan convirtiéndose en organismos indeseables de control»<sup>489</sup>.

Villanueva, en cambio, admite como tales a los Consejos de Prensa creados desde el Estado, aunque bajo la condición de que tengan autonomía administrativa e independencia en sus decisiones, además de reducirse en ellos la presencia gubernamental a su mínima expresión, en beneficio de la representación de los periodistas, las empresas informativas y el público. Lo más importante, dice el mexicano, “no es si se trata de un Consejo de Prensa de naturaleza pública o privada, sino si es independiente o no lo es”<sup>490</sup>.

Nosotros opinamos que la creación de estos entes por parte del Estado ofrece un conjunto de riesgos que podrían, incluso, viciar el sentido más fundamental del autocontrol. Es verdad que el modelo británico es de creación estatal, pero es cierto también que ello ocurre en una de las democracias más sólidas del orbe, donde existen suficientes contrapesos e instituciones capaces de garantizar la plena autonomía de los órganos creados. Es difícil repetir esa experiencia de forma literal en democracias incipientes.

#### IV.4.2.3. Observatorios de Prensa

##### IV.4.2.3.1. Origen

Los antecedentes más remotos de los observatorios se remontan, tal vez, a los primeros observatorios astronómicos, entre los siglos XVIII y XIX. Hoy puede hallarse observatorios dedicados a los temas más variados: racismo, xenofobia, inmigración, tecnología, medioambiente, violencia urbana, armamentismo, cuestiones de género,

---

<sup>489</sup>.- BLÁZQUEZ, Niceto (1994): *op. cit.*, p. 92.

<sup>490</sup>.- VILLANUEVA, Ernesto (2004): *op. cit.*, p. 126.

servicios públicos, entre otros. Pero en los últimos veintitrés años han surgido, en Estados Unidos y Europa, los denominados observatorios de los medios de comunicación, experiencia que ha sido replicada más recientemente en América Latina y en el resto del mundo.

El primer observatorio de medios fue el *Fairness and Accuracy In Reporting* (FAIR) en 1986, en Estados Unidos. Ha mantenido una orientación liberal y sus objeciones se han referido, sobre todo, a la ausencia de diversidad en la cobertura de noticias. Por el contrario, desde una perspectiva conservadora, *Accuracy In Media* (AIM) ha ejercido una vigilancia de la actividad de los medios, basada en los valores de la sociedad civil<sup>491</sup>. En Estados Unidos opera también el *Media Research Center* y el *Center For Media & Public Affaire*. En Europa es reconocido el trabajo del *Observatoire de la Presse*, fundado en Francia en 1995 por el *Centre de Formation et de Perfectionnement des Journalistes*. En Portugal existe el *OBERCOM* desde 1999. El *Observatoire Francaise des Médias*, opera en Francia desde el 2003. *Asia Media* es otra iniciativa semejante, nacida en 1998 en el seno de la *University of California* Los Ángeles (UCLA). De igual forma *Pacific Media Watch*, entidad vinculada a institutos universitarios de Australia y Nueva Zelanda, fue lanzada en 1996. También en Australia está el observatorio *Media Watch ABC*, dependiente de la empresa de radio y televisión *ABC* de ese país.

Existen además sistemas supranacionales de observación. Desde 1992, por ejemplo, se inició un *Observatorio Audiovisual Europeo* del Programa Eureka, con la participación de 35 estados y la presencia de la Comisión Europea. Un *Observatorio Mundial de los Sistemas de Comunicación* nació en París en 1988, auspiciado por *Dauphiné University*, pero orientado al mercado de las telecomunicaciones<sup>492</sup>.

---

<sup>491</sup>.- Cfr. HERRERA DAMAS, Susana (2006): “*Los observatorios de medios en Latinoamérica: elementos comunes y rasgos diferenciales*”. En *Información Pública*, vol. IV, N° 1, Escuela de Periodismo de la Universidad Santo Tomás (Santiago de Chile), pp. 55-76.

<sup>492</sup>.- Cfr. BROULLÓN PASTORIZA, Gaspar; HERNÁNDEZ, Tatiana; LÓPEZ GARCÍA, Xosé; PEREIRA, José (2005): “*Los Observatorios de Comunicación*”. En *Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación*, N° 90, Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina, Quito, pp. 38-45.

En América Latina la emergencia de los mecanismos de observación de los medios se produce en la década pasada y continúa su expansión en los últimos años<sup>493</sup>. Una de las primeras iniciativas al respecto data de fines de los noventa en el Perú, donde se fundó la Veeduría Ciudadana de la Comunicación Social, gestada desde diversas organizaciones de la sociedad civil. Esta Veeduría cumplió con éxito, en momentos difíciles para el periodismo peruano, tareas de auditoría u observación de la prensa<sup>494</sup>. *Monitor de Media*, a su vez, fue la primera experiencia académica de este tipo, surgida en la Universidad de Vale do Itajaí (Santa Catarina, Brasil), en agosto de 2001<sup>495</sup>.

El II Foro Social Mundial de Porto Alegre, en el año 2002, fue a su vez el escenario para el lanzamiento del *Global Media Watch*, que tiene ya una filial en Venezuela y otra en Brasil, y una gran red mundial en proceso de consolidación. Bajo el liderazgo de Ignacio Ramonet, en aquel Foro se empezó a hablar de la creación de un “quinto poder”, como un espacio de resistencia frente a los grandes medios de comunicación, a los que se responsabilizó de una suerte de exclusión mediática<sup>496</sup>. Sin embargo, todas las mencionadas son experiencias que apenas están surgiendo. Ellas provienen de tres ámbitos distintos: las facultades de comunicación social, los periodistas y profesionales de los medios y la propia sociedad civil<sup>497</sup>.

Algunos autores han considerado que los inicios de los observatorios de los medios tienen que ver con el cuestionamiento que se hace a la figura del *Ombudsman* o Defensor de los lectores, acusado de tomar partido por los medios antes que por los usuarios. Ello habría abierto el paso a nuevas formas de control de los medios, más

---

<sup>493</sup>.- Cfr. ERAZO, Viviana (2006): *Panorama de la Observación Crítica de los Medios de Comunicación en América Latina. Visión Global y Local, Perspectiva de Género, Participación Ciudadana*. Santiago de Chile, Observatorio de Medios FUCATEL y Oxfam, p. 27. Ver en: <http://www.whomakesthenews.org/content/download/1564/9109/file/Panorama.doc>. Recuperado el 26 de julio de 2008.

<sup>494</sup>.- El término Veeduría no es conocido fuera del Perú. Su uso es necesario para referirnos al más importante observatorio de medios en el Perú. ALFARO MORENO, Rosa María (2004): “*Ardua democratización. Las batallas de un observatorio de medios*”. En *Etcetera*®, Recuperado el 14 de octubre de 2008 en: <http://www.etcetera.com.mx/pag57ne48.asp>.

<sup>495</sup>.- Cfr. CHRISTOFOLETTI, Rogério (2006): “*Observatorio de medios. Un caso brasileño*”. En *Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación*, N° 95, Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina, Quito, pp. 40-45.

<sup>496</sup>.- Cfr. TRAVESEDO, Concepción (2007): “*Observatorios de Medios*”. En DÍAZ NOSTY, Bernardo: *Medios de Comunicación. El escenario Iberoamericano*. Madrid, Fundación Telefónica y Ariel, p. 235.

<sup>497</sup>.- Cfr. HERRERA DAMAS, Susana (2006): “*Los observatorios de medios en Latinoamérica: elementos comunes y rasgos diferenciales*”, *op. cit.*, pp. 55-76.

participativas<sup>498</sup>. Sin embargo, el surgimiento de espacios de observación de los medios es parte de una tendencia universal en favor de la democratización de las comunicaciones. Pero estos mecanismos requieren de ciertas condiciones básicas, en el ordenamiento social y político, como libertad de expresión, derecho ciudadano a ser informados, derecho de la prensa al acceso a las fuentes informativas, y pluralismo y participación ciudadana, entre otras<sup>499</sup>. Otras condiciones son de orden interno, relativas a la tarea de los propios observatorios: calidad científica de sus trabajos de investigación, independencia frente a cualquier sector de poder o grupo de presión, y compromiso moral con los receptores.

Los medios, que siempre fueron percibidos como instancias para la fiscalización de la actuación de los gobiernos y como canales para la expresión de las demandas y aspiraciones ciudadanas, al mismo tiempo que como fuentes informativas veraces e imparciales, se les enrostra hoy el abandono de esas tareas, para convertirse en voceros de sectores políticos y financieros, al mismo tiempo que adoptan formas monopólicas y oligopólicas<sup>500</sup>. En la actualidad, y tras varias mega fusiones ocurridas en los grandes consorcios mediáticos, la información mundial resulta controlada por una decena de grupos, entre los que se cuentan General Electric-NBC, AT&T-Liberty Media, Disney, AOL-Time Warner, Sony, News Corp., Viacom, Seagram y Bertelsmann, además de medio centenar de grupos regionales<sup>501</sup>.

---

<sup>498</sup>.- Cfr. MARÍN MEJÍA, Klibis (2007): *Equilibrio Informativo en los Medios de Comunicación Social: ¿Una Utopía? Instrumento de medición del equilibrio informativo para medios impresos durante procesos electorales*. Caracas, Universidad Católica Andrés Bello, Tesis para optar el grado de Magíster en Comunicación Organizacional, dirigida por Javier Bernabé Fraguas, p. 26 y HERNÁNDEZ SOTO, Tatiana (2005): “*Los observatorios de medios de comunicación en América Latina*”. En LÓPEZ GARCÍA, Xosé; PEREIRA FARIÑA, Xosé; VILLANUEVA REY, Xosé (editores): *Investigar sobre Periodismo. Reunión Científica de la Sociedad Española de Periodistas*. Santiago de Compostela, Universidad de Santiago de Compostela, CD-ROM (Cursos e Congresos da Universidade de Santiago de Compostela; 158), pp. 565-587. Ver p. 579.

<sup>499</sup>.- Cfr. ERAZO, Viviana (2006): *op. cit.* y DRAGNIC, Olga (2005): *Una aproximación al papel de los Observatorios de Medios en un Sistema Democrático*. Caracas. Ponencia presentada en el Primer Simposio “Comunicación para el Siglo XXI / Observando a los Medios”, desarrollado en la Universidad Santiago de Cali, Colombia, los días 13 y 14 de octubre de 2005, pp. 1 y 8. El documento al que hacemos referencia fue recuperado el 14 de junio de 2008 en: <http://observatoriogdl.com/aproxalpapeldeobsdemediossistdemoc.pdf>.

<sup>500</sup>.- Cfr. DRAGNIC, Olga (2005): *op. cit.*

<sup>501</sup>.- Cfr. ERAZO, Viviana (2006): *op. cit.*

Frente a este enorme poder el público permanece inerme. Incluso, algunos entes supranacionales, como el Consejo de Derechos Humanos de las Naciones Unidas, la Relatoría Especial para la Libertad de Expresión de la Organización de Estados Americanos, entre otras, se interesan en la defensa de los derechos civiles y políticos de los ciudadanos ante el Estado. En consecuencia controlan y evalúan la situación de la libertad de expresión en relación con las eventuales limitaciones impuestas por los estados, pero no juzgan la conducta de los medios independientes en relación al derecho de los ciudadanos a acceder a una información objetiva e imparcial.

Ante este vacío surgen los observatorios de medios, como iniciativas ciudadanas relacionadas con movimientos de democratización de la sociedad. En América Latina guardan relación con la ebullición social que generan procesos políticos y comunicativos diversos.

#### IV.4.2.3.2. Concepto

Los observatorios de los medios constituyen un instrumento para cautelar el cumplimiento de la ética en la actuación del periodista. Es un mecanismo de autocontrol cuando es ejercitado por profesionales del periodismo y cuando los propios medios están dispuestos a someterse a este tipo de escrutinio. Podría utilizarse también como un control externo al medio, pues puede practicarse desde cualquier entidad de la sociedad civil, especialmente de tipo académico. En cualquier caso resulta un mecanismo democrático capaz de incorporar en esa tarea a los propios medios de comunicación. En sus informes estas auditorías u observatorios contabilizan y evalúan los yerros éticos en los que incurre la prensa.

«...muchos observadores —opina Goodwin— piensan que los medios de información también necesitan escrutinio: un vigilante para los vigilantes. El periodismo es una institución demasiado importante para dejarse en manos de los periodistas solamente, y por lo tanto necesita una supervisión independiente y crítica. Sin embargo, los periodistas (afortunadamente menos hoy día que en el pasado) se han resistido al tipo de evaluación que se hace sobre bases

sistemáticas, muchas de las cuales no tienen en cuenta que pueden disminuir la independencia de la prensa»<sup>502</sup>.

Blázquez ha descrito las auditorías éticas de este modo:

«Sirven para establecer un diagnóstico ético previo sobre el nivel ético operativo en la empresa informativa. La auditoría “se centra habitualmente sobre el nivel de verdad existente en las informaciones difundidas”. Su tema prioritario es la verdad informativa, sin cuya garantía cae por su base la razón de ser misma de la profesión periodística»<sup>503</sup>.

El autor cree que la clave metodológica de estas auditorías radica en que sea realizada por una entidad distinta al medio bajo análisis, para garantizar su imparcialidad. La auditoría contabiliza errores sobre datos objetivos (nombres, fechas, direcciones, etc.) así como omisiones y distorsiones significativas.

Si la observación la realiza una entidad distinta al medio ¿son entonces los observatorios mecanismos de autocontrol? No en la mayoría de los casos, pues la presencia de periodistas o editores de medios es todavía muy limitada. Pero sí es posible hablar de autocontrol cuando se trata de observatorios surgidos en el seno de la prensa, como el observatorio de la Unión de Trabajadores de Prensa de Buenos Aires (UTPBA), el Foro de Periodismo Argentino (FOPEA), Agencia de Noticias por los Derechos de la Infancia (ANDI) de Brasil, Proyecto Antonio Nariño en Colombia y la Asociación Desarrollo, Organización, Servicios y Estudios Socioculturales (DOSES) de Guatemala. Incluso aquellos que son ajenos a la prensa mantienen, por lo general, una buena relación con los periodistas y los medios, a quienes les ofrecen los resultados de sus investigaciones, lo cual potencia su actuación.

---

<sup>502</sup>.- GOODWIN, H. Eugene (1994): *Por un periodismo independiente: cómo defender la ética*. Bogotá, Tercer Mundo, p. 459.

<sup>503</sup>.- BLÁZQUEZ, Niceto (2002): *op. cit.*, p. 118.

IV.4.2.3.3. Características

El carácter de los observatorios es muy variado. En este apartado hacemos una presentación de sus funciones, rasgos comunes, marco institucional y temas abordados. No obstante, la diversidad parece ser la característica de estos instrumentos, según los ha descrito Germán Rey:

«Un eje transversal que une a los Observatorios es precisamente su diversidad. En primer lugar, diversidad de figuras. Mientras que algunos observatorios forman parte de proyectos más amplios, otros son, experiencias singulares y poco integradas. Mientras que algunos observatorios enfatizan el seguimiento o monitoreo de la información que difunden los medios, otros están asociados al trabajo más político de las veedurías»<sup>504</sup>.

Las *funciones* que realizan los observatorios son igualmente variadas. Desde algunas visiones confrontacionales, se les exige demostrar el abandono de los principios de responsabilidad social por parte de los medios, discernir sus causas y consecuencias, orientar a los ciudadanos sobre el uso crítico de los mensajes mediáticos y fomentar la participación ciudadana en la esfera de lo público<sup>505</sup>. En términos parecidos se les pide democratizar las comunicaciones y formar receptores conscientes e informados<sup>506</sup>.

Las *funciones* constatadas por Erazo apuntan en el mismo sentido. Abarcan la observación de la propiedad de los medios y de los sistemas de regulación, la evaluación del trabajo periodístico y sus criterios éticos, la oferta informativa, el análisis de discursos, y la relación con las audiencias. También la denuncia de la concentración de los medios, la mercantilización de sus contenidos, la ausencia de

---

<sup>504</sup>.- REY, Germán (2003): “*Ver desde la ciudadanía. Observatorios y veedurías de medios de comunicación en América Latina*”, en *Revista Probidad*, N° 24, Antiguo Cuscatlán (El Salvador). El artículo fue recuperado el 8 de agosto de 2008 en: <http://library.fes.de/pdf-files/bueros/kolumbien/04198.pdf>.

<sup>505</sup>.- Cfr. DRAGNIC, Olga (2005): *op. cit.*, pp. 7 y 8.

<sup>506</sup>.- Cfr. ERAZO, Viviana (2006): *op. cit.*, p. 5.

pluralismo, el silencio sobre ciertos temas y la manipulación de la información, entre otros<sup>507</sup>.

Susana Herrera, por su parte, ha encontrado las siguientes *funciones* en los observatorios: revisión del contenido y la oferta de los medios; elaboración de estudios, informes y análisis comparativos; recojo de las quejas, críticas y comentarios de los consumidores de medios; difusión del contenido de su actuación; capacitación a la audiencia en el consumo crítico de medios; y capacitación a los periodistas en la elaboración de un periodismo de calidad<sup>508</sup>. Los observatorios se diferencian entre sí en función de variables como su origen, composición, ideología, modos de funcionamiento, aspectos bajo análisis, entre otros factores. Esta diversidad le permite afirmar a la autora que los observatorios son entidades versátiles y cuyos trazos no están aún totalmente perfilados. También Herrera Damas ha hecho aportes en orden a la tipificación de los observatorios.

Los observatorios comparten también una serie de *rasgos comunes*: el reconocimiento de la importancia de los medios para la democracia; su insatisfacción con la situación actual de los medios; el impulso de otras formas de ejercicio del periodismo; la reivindicación de otros públicos; la observación constante y sistemática de los medios; su postura crítica y reformista; su preferencia por las nuevas tecnologías; la percepción de que los profesionales se encuentran en una situación de sumisión económica e ideológica; la capacitación al público para un consumo crítico de los

---

<sup>507</sup>.- ERAZO, Viviana (2006): *op. cit.*, p. 28.

<sup>508</sup>.- Cfr. HERRERA DAMAS, Susana (2006): “*Los observatorios de medios en Latinoamérica: elementos comunes y rasgos diferenciales*”, *op. cit.*, pp. 55-76. También en Cfr. HERRERA DAMAS, Susana (2006): “*Los observatorios de medios en Latinoamérica*”. En *Civilizar. Revista Electrónica de Difusión Científica*. Universidad Sergio Arboleda, Bogotá-Colombia. El artículo al que hacemos referencia fue recuperado el 14 de agosto de 2008 en: [http://www.usergioarboleda.edu.co/civilizar/revista10/observatorio\\_medios.pdf](http://www.usergioarboleda.edu.co/civilizar/revista10/observatorio_medios.pdf). La autora en otra ocasión hace una clasificación de los observatorios en base a cuatro variables: temática que investigan; observatorios genéricos y especializados; composición social: vinculados a gente de la profesión —a facultades, a profesionales en activo, mixtos—, vinculados a gente de fuera de la profesión, mixtos; cobertura de medios que analizan: observatorios que analizan medios locales, regionales, nacionales, internacionales, con cobertura geográfica múltiple; tipo de medios que observan: observatorios que analizan prensa, radio, televisión, revistas y/o suplementos, internet, con cobertura de medios múltiple. Cfr. HERRERA DAMAS, Susana. (2006). “*El porqué de los observatorios de medios latinoamericanos*”, *op. cit.* Sobre esta tipología también se ha ocupado en HERRERA DAMAS, Susana (2005): “*Tipología de los observatorios de medios en Latinoamérica*”. En *Palabra Clave*, vol. 8, N° 2, edición N° 13, Universidad de la Sabana, pp. 153-174.



medios; la participación ciudadana como clave de su actividad; la elaboración y publicación de estudios; su admisión de quejas y comentarios del público; la capacitación a los periodistas para un periodismo de calidad; y su voluntad de crear redes de intercambio de experiencias<sup>509</sup>.

Albornoz y Herschmann detectaron la existencia de 55 observatorios de medios, emplazados en once países iberoamericanos. En España hallaron 24 observatorios, en Brasil siete y en Argentina, Colombia y Uruguay cuatro, respectivamente. También en los observatorios de medios se encuentra gran variedad de orígenes, objetivos, estructuras, temáticas, métodos y ámbitos de actuación. Sus tópicos dominantes son tres: veinte que siguen las industrias culturales y formulan políticas para ellas; dieciocho que permanecen atentos al desarrollo de la Sociedad de la Información y de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación; y diecisiete dedicados a fiscalizar los contenidos de los medios de comunicación. Entre estos últimos cinco prestan especial atención a las cuestiones ético profesionales<sup>510</sup>.

El *marco institucional* en el que surgen los observatorios es también variado. Todas son experiencias no gubernamentales sin fines de lucro. Proviene de Universidades, asociaciones civiles e, incluso, gremios de periodistas. De un total de 24 casos estudiados por Herrera, cinco son observatorios surgidos en Facultades de Comunicación Social y Periodismo o Centros de Investigaciones de distintas Universidades. Dieciocho pertenecen a Centros de Estudios, Fundaciones, Asociaciones, Comités y Foros, propios de la sociedad civil. Una experiencia ha surgido de un sindicato de periodistas: la Unión de Trabajadores de Prensa de Buenos Aires.

Herrera también distingue entre observatorios integrados sólo por periodistas, bien sean académicos o profesionales. Ejemplos de este tipo son el *Observatorio de la Universidad de La Sabana*, en Colombia; el *Observatorio da Imprensa*, en Brasil; o el

---

<sup>509</sup>.- Cfr. HERRERA DAMAS, Susana (2006): “*Los observatorios de medios en Latinoamérica: elementos comunes y rasgos diferenciales*”, *op. cit.* pp. 55-76; TRAVESEDO, Concepción (2007): *op. cit.*, pp. 237-238; ERAZO, Viviana (2006): *op. cit.*, pp. 16 y 17.

<sup>510</sup>.- Cfr. ALBORNOS, Luis A. y HERSCHMANN, Micael (2006): “*Los observatorios iberoamericanos en información, comunicación y cultura*”. En *UNIrevista*, vol. 1, N° 3. En: [http://www.unirevista.unisinos.br/pdf/UNIrev\\_Albornoz\\_Herschmann.PDF](http://www.unirevista.unisinos.br/pdf/UNIrev_Albornoz_Herschmann.PDF). Recuperado el 30 de julio de 2008.

*Monitor de Mídia*, también en Brasil<sup>511</sup>. Los observatorios universitarios tienen incorporada en su misión la formación académica de investigadores y profesionales de las comunicaciones. En una orilla opuesta ubica los observatorios integrados casi exclusivamente por entidades y figuras alejadas de la profesión. Las Veedurías serían el modelo en este caso. Un tercer grupo, intermedio, incluiría los observatorios de composición mixta, integrados por académicos y profesionales, consumidores de medios y entidades de la sociedad civil. Ejemplos de este tercer caso serían el *Observatorio Brasileiro de Mídia* y el *Observatorio Global de Medios* de Venezuela, ambos surgidos del *Media Watch Global*, la iniciativa de Ignacio Ramonet ya mencionada<sup>512</sup>. Travesedo coincide con esa misma clasificación<sup>513</sup>. Armand Mattelart, al referirse a los observatorios surgidos del citado Foros Social liderado por Ramonet, reitera que aquellos “toman en cuenta las tres patas de la sociedad civil organizada: los periodistas y los sindicatos, los investigadores y las asociaciones de usuarios de los medios”<sup>514</sup>. No obstante, el caso de Venezuela donde el observatorio surgido de la referida iniciativa de Ramonet toma claro partido por el régimen y se mantiene en permanente confrontación con los medios que le son opositores, revela la vulnerabilidad de estos observatorios que, de actores imparciales del quehacer de los medios, pueden devenir en instrumentos del debate político partidario al interior de las naciones.

En cuanto a los *temas abordados* por los observatorios parece haber mayor coincidencia: acceso a la información; calidad informativa; concentración de los medios; derecho de la información y de la comunicación; ética, responsabilidad y calidad periodística; ética y responsabilidad de los medios; democratización de las comunicaciones, libertad de expresión y de prensa. Algunos otros ejes temáticos se relacionan con situaciones de conflicto social, violencia, derecho internacional humanitario y derechos humanos, presentes en un tercio de las experiencias estudiadas por Erazo, varias de ellas ubicadas en Colombia. Otros temas frecuentes son el

---

<sup>511</sup>.- A ellos es posible agregar los casos ya citados de la UTPBA, el FOPEA, la ANDI y la DOSES, entre otros.

<sup>512</sup>.- Cfr. HERRERA DAMAS, Susana (2006): “*Los observatorios de medios en Latinoamérica: elementos comunes y rasgos diferenciales*”, *op. cit.*, pp. 55-76.

<sup>513</sup>.- Cfr. TRAVESEDO, Concepción (2007): *op. cit.*, p. 238.

<sup>514</sup>.- NAVAS, Jordi (2005): “*Hay que anclar en la sociedad civil la crítica y la acción*”. Entrevista a Armand Mattelart. En *Periodistas*, N° 1, Federación de Asociaciones de la Prensa de España, pp. 34-38. La cita está tomada de la p. 37.

seguimiento de procesos electorales y la legislación y las políticas públicas sobre los medios. Los observatorios universitarios, además, ponen énfasis en la formación de profesionales y en la educación para el consumo crítico de los medios<sup>515</sup>. La ética y la deontología periodística, la responsabilidad de los medios, la calidad informativa, el pluralismo, la participación ciudadana y la lucha contra la concentración, son otros tópicos que adiciona Travesedo<sup>516</sup>. Los derechos de la infancia, de los jóvenes, de las mujeres y de la tercera edad, así como el respeto por la intimidad, son materias sumadas por Herrera.

La función de los observatorios se realiza mediante el monitoreo o rastreo de una variable en los medios seleccionados, sin mayor rigor científico. Algunos, sin embargo, utilizan técnicas más complejas, como encuestas o estudios cualitativos, análisis de contenidos, u otras técnicas más específicas<sup>517</sup>.

Sintetizando podríamos decir que los observatorios tienen un carácter muy variado en su origen, organización y funciones. No obstante, poseen también rasgos comunes, tales como una actitud crítica ante los medios, el reconocimiento de su importancia para la democracia o el fomento de la participación ciudadana. Aunque por lo general pretenden realizar una observación de los medios desde la sociedad civil, pueden a nuestro entender ser un eficiente mecanismo de autocontrol cuando logran acuerdos con los propios medios, para actuar en común a favor de la mejora de sus contenidos informativos.

#### IV.4.2.3.4. Cuestionamientos

Susana Herrera considera a los observatorios como un paso más en la búsqueda de soluciones para la crisis que viven los medios, pero no deposita sobre ellos demasiadas expectativas, como se ha hecho con los consejos de prensa o el defensor del lector. “Al fin y al cabo ningún mecanismo es capaz por sí sólo de poner fin a todas las

---

<sup>515</sup>.- Cfr. ERAZO, Viviana (2006): *op. cit.*, pp. 32 y 33.

<sup>516</sup>.- Cfr. TRAVESEDO, Concepción (2007): *op. cit.*, p. 238.

<sup>517</sup>.- Cfr. REY, Germán (2003): *op. cit.* También en HERRERA DAMAS, Susana (2006): “*Los observatorios de medios en Latinoamérica: elementos comunes y rasgos diferenciales*”, *op. cit.*, pp. 55-76 y TRAVESEDO, Concepción (2007): *op. cit.*, pp. 238-239.

contradicciones, dilemas y encrucijadas éticas con las que se encuentran los profesionales en el desempeño de su labor”<sup>518</sup>.

Javier Bernabé Fraguas, al mismo tiempo que reconoce la presencia de las temáticas señaladas, reflexiona sobre lo que es posible hacer respecto al trabajo de los observatorios de medios, hallando una gran utilidad para el denominado periodismo preventivo. En tal sentido supone que el seguimiento de los medios puede orientar una información mejor en el futuro. Así como los observatorios denuncian las carencias de rigor y las faltas a la ética periodística, podrían también destacar lo contrario, lo bien hecho<sup>519</sup>.

Otras nuevas tareas son demandadas hoy a los observatorios. Estos, a juicio de Dragnic, deberían centrarse “en promover la fundación y consolidación de un cuarto sector de medios, el de servicio público”, para “contrarrestar el predominio de los consorcios mediáticos privados y de los medios políticamente comprometidos”<sup>520</sup>.

Pineda de Alcázar también propone una función para los observatorios, en el contexto de la confrontación entre los medios de comunicación públicos y privados en Venezuela:

«La investigación aplicada que pueda emanar de los Observatorios además de constituirse en un tipo de investigación no académica sino extra-universitaria, podría ser utilizada dentro de una estrategia de negociación política y presión de las comunidades para que los enfrentamientos entre los medios públicos y los privados no se conviertan en una temática polarizada, que desoiga las exigencias de la sociedad civil sobre la necesidad de pluralidad, consenso y equilibrio»<sup>521</sup>.

---

<sup>518</sup>.- HERRERA DAMAS, Susana. (2006). “*El porqué de los observatorios de medios latinoamericanos*”, *op. cit.*

<sup>519</sup>.- Cfr. FRAGUAS, Javier Bernabé (s/f): “*El periodismo preventivo y los observatorios de medios*”. En: [http://www.aulasolidaridad.org/Documentos/Conferencia\\_22.pdf](http://www.aulasolidaridad.org/Documentos/Conferencia_22.pdf). Recuperado el 11 de octubre de 2008.

<sup>520</sup>.- DRAGNIC, Olga (2005): *op. cit.*

<sup>521</sup>.- PINEDA DE ALCÁZAR, Migdalia (2008): “*Ciudadanía y observación mediática: entre lo público y lo privado en el panorama de las comunicaciones venezolanas*”. Ciudad de México, IX Congreso Latinoamericano de Investigación de la Comunicación, del 9 al 11 de octubre de 2008. El texto recién citado fue recuperado el 14 de noviembre de 2008 en:

Otras más serían las funciones de estos observatorios, según de Pablos y Mateos. Estos podrían indagar “si el medio estudiado tiene listas blancas o listas negras”. La primera la describe como una relación de sus mejores anunciantes, de los que no es posible publicar nada que pueda provocar sus quejas, como los grandes almacenes y la industria automotriz, asiduos clientes publicitarios. La lista negra es, en cambio, la de aquellas personas poco gratas a los propietarios del periódico, cuya mención está proscrita en sus páginas<sup>522</sup>.

Desde una perspectiva mucho más ideológica, se reclama que los observatorios constituyan una especie de quinto poder, para denunciar el enorme poder de los medios de comunicación y de los grupos mediáticos, difusores de la “globalización liberal”. Ramonet alude a los medios que, a su entender, actúan en contra del pueblo, como dice haberlo comprobado en Venezuela. Concibe el citado *Media Watch Global*, por él propuesto, como un “arma cívica”, para oponerse al nuevo superpoder de los grandes medios de comunicación masiva<sup>523</sup>. Estas posturas parecen repetidas por diversos sectores en América Latina, que piden a los observatorios, entre otras demandas, ser espacios críticos de los sistemas de comunicación, así como de la producción, circulación y consumo de sus mensajes, al mismo tiempo que adoptar una postura política que entienda que los medios no son “espejos” de la realidad, ni “mediadores”, sino actores públicos, políticos y sociales<sup>524</sup>.

---

[http://www.alaic.net/alaic30/ponencias/cartas/TEORIAYMETODOLOGIA/ponencias/GT17\\_14Migdalia.pdf](http://www.alaic.net/alaic30/ponencias/cartas/TEORIAYMETODOLOGIA/ponencias/GT17_14Migdalia.pdf).

<sup>522</sup>.- Cfr. DE PABLOS COELLO, José Manuel y MATEOS MARTÍN, Concha (2004): “Estrategias informativas para acceder a un periodismo de calidad, en prensa y TV. Patologías y tabla de ‘medicación’ para recuperar la calidad en la prensa”. En *Ámbitos. Revista Andaluza de Comunicación*, Nº 11-12, Universidad de Sevilla, pp. 341-365. Ver p. 363.

<sup>523</sup>.- Cfr. RAMONET, Ignacio (2004): “El quinto poder: Información, comunicación y globalización”. En *Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación*, Nº 88, Quito, CIESPAL. Ver en: <http://chasqui.comunica.org/content/view/75/57/>. Recuperado el 2 de agosto de 2008.

<sup>524</sup>.- Cfr. ANGULO ARAUJO, Christian *et al.* (2006): *Observatorio de medios II. Derechos Humanos, Seguridad Pública y Jóvenes: análisis de la prensa escrita en Guadalajara*. Guadalajara, ITESO. El texto fue recuperado el 23 de junio de 2008 en: <http://www.cc.iteso.mx/mirador/ObservatorioII.pdf>.

No es extraño que estas pretensiones hayan sido contestadas por los medios de comunicación. En Francia, apenas fundado el observatorio de medios impulsado por la iniciativa de Ramonet, *Le Monde*, *Le Nouvelle Observateur* y *Libération* acusaron a estos mecanismos de crear una célula de control<sup>525</sup>. Mauro Cerbino también ha expresado su disconformidad con el planteamiento de Ramonet. Para este autor los observatorios podrían ser espacios de formación, análisis y discusión en torno a los contenidos mediáticos, más que mecanismos para descontaminar la información y generar así una información pura, como señala Ramonet. Para ello propone Cerbino incorporar en los observatorios a los periodistas y a los directores de medios, además de los académicos y la sociedad civil<sup>526</sup>.

Desde nuestra perspectiva, el cuestionamiento más relevante que es posible hacer a los observatorios es su carácter confrontacional. Si bien hay circunstancias en que la crítica y la denuncia de los medios son necesarias, creemos que en los observatorios debería predominar una postura constructiva, que tienda puentes con los medios para actuar conjuntamente con ellos. El enfrentamiento aísla a los observatorios y cierra toda posibilidad de contacto. El diálogo, en cambio, abre las puertas al mutuo entendimiento y a la progresiva corrección de los yerros éticos de los medios.

#### IV.4.2.4. Defensorías del Lector (*Ombudsman*)

##### IV.4.2.4.1. Origen

El vocablo sueco *Ombudsman* carece de una traducción literal a la lengua castellana. Puede entenderse como “hombre que tramita”, representante, vocero o procurador. Es aquel que recibe un encargo y se le identifica con la figura de un comisionado<sup>527</sup>.

---

<sup>525</sup>.- Cfr. NAVAS, Jordi (2005): *op. cit.*, p. 37.

<sup>526</sup>.- Cfr. CERBINO, Mauro (2004): “Sobre el quinto poder y el observatorio de medios”. En *Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación*, N° 88, Quito, CIESPAL. Recuperado el 18 de agosto de 2008 en: <http://chasqui.comunica.org/content/view/76/57/>.

<sup>527</sup>.- Cfr. CAGNONI, José Aníbal (1995): *Control de la administración: Ombudsman, Comisionado parlamentario, Mediateur, Defensor del Pueblo*. Montevideo, Editorial Universidad, tercera edición, p. 16.

El *Ombudsman*, en su origen, es una institución pública nacida en el siglo XVIII, en Suecia. Su esencia fue la protección de los ciudadanos ante los eventuales abusos de la administración pública<sup>528</sup>. Desde entonces se ha extendido en todo el mundo occidental<sup>529</sup> y sus funciones se han diversificado. Además de la defensa del ciudadano ante los funcionarios públicos, ha asumido responsabilidades en la protección de los derechos humanos y de los llamados derechos difusos, que carecen de un único titular, como por ejemplo el cuidado del medio ambiente. Los defensores suelen tener adjuntos para temas o colectivos especialmente sensibles: asuntos carcelarios, derechos de la mujer y del niño, seguridad social, entre otros<sup>530</sup>.

---

<sup>528</sup>.- Cfr. PAREJO ALFONSO, Luciano (1998): “*El Defensor del Pueblo como institución de control de la Administración Pública: contenido y alcance de su función, procedimiento de actuación y tipos, efectos y publicidad de sus resoluciones*”. En *Debate Defensorial*, N° 1, Defensoría del Pueblo del Perú, pp. 9 a 31. Por su parte Santistevan de Noriega ha sostenido que la Defensoría tiene una función de representación del ciudadano frente al Estado, cuyo propósito es actuar como intermediario ante las autoridades, exigiendo a los funcionarios que cumplan sus obligaciones legales. De esta forma se cubre un vacío entre la soledad del ciudadano y el poder de la administración pública, de las fuerzas del mercado y de los medios de comunicación. Cfr. SANTISTEVAN DE NORIEGA, Jorge (1998): “*La Defensoría del Pueblo en el Perú: reflexiones correspondientes a sus dos primeros años*”. En *Debate Defensorial* N° 1, Defensoría del Pueblo del Perú, p.78.

<sup>529</sup>.- La institución de Defensoría del Pueblo nace desde la desconfianza del Rey respecto de sus colaboradores, con quienes administraba el Reino de Suecia. El rey Carlos XII debía estar largos períodos guerreando contra las tropas del Zar Pedro I de Rusia. En su ausencia, encargaba a uno de sus colaboradores fiscalizar la actuación de los servidores públicos. En 1713 se estableció el cargo de *Högste Ombudsmannen*. En 1719, pasó a integrar la Oficina del Procurador Supremo, que desde 1919 fue denominada Cancillería de Justicia (*Justitie-Kansler*). En 1772 se otorgó a esa Cancillería el rango de Consejería, equivalente al de un Ministerio de Justicia. Su subordinación al poder político, sin embargo, fue obstáculo para su independencia. Por ello la Constitución sueca de 1809 introdujo el *Justitie-Ombudsman*, con la misión de fiscalizar a la administración pública, vigilar el cumplimiento de las leyes por parte de las autoridades e, incluso, demandar a los funcionarios que actuaran contra la ley. Cuando el Gran Ducado de Finlandia se separó de Suecia heredó instituciones constitucionales suecas como un Procurador con funciones equivalentes a las del Canciller de Justicia sueco. Tras la segunda guerra mundial se produce una rápida difusión de esta figura en Europa y América del Norte. En Dinamarca fue acogida en 1954. En Noruega en 1962. La Europa occidental la ha incorporado en las últimas décadas con distintas denominaciones: Comisionado Parlamentario, Mediador, Procurador, Protector de Justicia, Defensor del Pueblo. A esta tendencia se ha sumado América Latina: Colombia en 1991, El Salvador en 1983, Guatemala en 1985, Paraguay en 1992, Perú en 1993. No obstante la originalidad del *Ombudsman* sueco, pueden hallarse antecedentes más remotos en la Roma antigua, donde los Tribunos de la Plebe atendían las quejas de los ciudadanos. Cfr. GOZAÍNI, Osvaldo A. (1995): *Formas alternativas para la resolución de conflictos*. Buenos Aires, Ediciones Depalma, p. 250 a 260. También en CAGNONI, José Aníbal (1995): *op.cit.*, pp. 15 y siguientes.

<sup>530</sup>.- En otra ocasión nos hemos referido a la existencia del *Ombudsman* de la Prensa. Cfr. VASQUEZ, Aldo (2002): *El Defensor del Público. Un Ombudsman en materia de Comunicación Social*. Lima, Universidad de San Martín de Porres. También nos hemos ocupado del tema en VASQUEZ, Aldo (1998): “*La ética periodística y los responsables de su aplicación*”, *op. cit.*

La experiencia sueca dio lugar también a la especialización y privatización de los *Ombudsman*. Se crearon así los denominados *Executive Ombudsman*. En 1954 se designó en Suecia un *Ombudsman* para la libertad de empresa y la libre competencia y, desde 1969, se estableció también un *Ombudsman* de la Prensa, para garantizar el ejercicio de las libertades de expresión e información, al mismo tiempo que para cautelar los derechos ciudadanos afectados por la prensa. En 1971 surgió además el *Ombudsman* del consumidor, con el objeto de garantizar una buena práctica comercial y, entre otras competencias, controlar la publicidad engañosa<sup>531</sup>.

El *Ombudsman*, como funcionario público, es designado en la generalidad de los casos por los representantes en el Parlamento, aunque no depende de éste. Carreras de Serra asigna tareas al Defensor respecto de la defensa de las libertades de expresión e información<sup>532</sup>. La forma de actuación de este Defensor podría resumirse en palabras

---

<sup>531</sup>.- Cfr. CAGNONI, José Aníbal (1995): *op. cit.*, p. 12 y pp. 266 y 267. Otros *Ombudsman* en Suecia son para la igualdad de los sexos, para asuntos raciales y universitarios, antitrust, para la defensa de los consumidores, para el control del mercado, entre otros. Ver también: CARTAÑÁ, Antonio (1989): *El defensor del pueblo: La experiencia en la ciudad de Buenos Aires*. Buenos Aires, Fundación Friedrich Ebert, p. 11. Este autor ha dicho: «...cabe mencionar algunos de los “ombudsman” especializados o sectoriales, como por ejemplo la Defensoría de los Derechos Universitarios de la Universidad Nacional Autónoma de Nuevo México; los “ombudsman” para la defensa de los consumidores (Suecia, Noruega, Dinamarca, algunos estados de los Estados Unidos); para la defensa de la libertad de prensa e información (Suecia, Gran Bretaña, Holanda); para el control de las Fuerzas Armadas y la seguridad (Alemania Federal, Israel, Australia, Canadá, Noruega), el Comisionado para la Protección de datos Personales en Alemania, etc.».

<sup>532</sup>.- Cfr. CARRERAS DE SERRA, Lluís (1996): *op. cit.*, p. 153. Una figura relacionada con la institución pública de defensoría del pueblo, en el ámbito específico de las comunicaciones, es la Autoridad de Garantía en el Sector de las Comunicaciones de Masas, existente en Italia. Esta entidad es un mecanismo de Heterocontrol, que trasciende los temas puramente éticos y escapa a la naturaleza y dimensión de esta investigación. El Garante fue establecido por Ley el 6 de agosto de 1990, como una autoridad pública, independiente del Gobierno y del Parlamento, con la responsabilidad de garantizar el cumplimiento de los valores constitucionales en los medios de comunicación: el derecho de la sociedad a ser informada y a acceder a una pluralidad de fuentes. Para ello el Garante vigila la aplicación de los recursos publicitarios, la transparencia en la propiedad de los medios y en sus finanzas, la concentración de los medios, las concesiones radio televisivas, el ejercicio del derecho de rectificación, la transmisión de programación para los menores o aquella que pueda inducir a la intolerancia, en razón de raza, sexo, religión o nacionalidad, o que contenga mensajes lesivos a personas o instituciones. El Garante es designado por el Presidente de la República a propuesta de los Presidentes del Senado y de la Cámara de Diputados, por cinco años. Cfr. D'AMATO, Giorgio (1997): *L'Autorità di garanzia nel settore delle comunicazioni di massa. L'esperienza-Le prospettive*. Milano, Giuffré Editore. Sobre el *Ombudsman* en Italia también puede consultarse en ZACCARIA, Roberto (1996): *Materiali per un corso sulla libertà di informazione e di comunicazione*. Padova, CEDAM, pp. 397 y 398.



de un antiguo Defensor del Pueblo de la Argentina: “...es una institución solidaria, que no trata con expedientes sino con seres humanos”<sup>533</sup>. Pero en el ámbito de la prensa el *Ombudsman* no es un funcionario, sino una figura moral a cargo de un espacio en el medio de comunicación. Se ubica al interior del medio y por ello es una institución enteramente privada, aunque en su actuación toma el espíritu de la institución originaria.

Ya en los años sesenta una Conferencia de Juristas nórdicos, dedicada al derecho a la intimidad, había afirmado la conveniencia de que el *Ombudsman* parlamentario interviniera en la protección de la vida privada contra la intrusión de las autoridades públicas. Sin embargo, si bien se le reconoce a ese *Ombudsman* nórdico la potestad de intervenir en asuntos relativos a la intimidad de las personas, esto sólo será posible cuando la responsabilidad de la intromisión indebida sea de la administración pública. Es distinta la situación cuando esa misma responsabilidad recae en los medios de comunicación, aunque puede percibirse una tendencia de las instituciones públicas de defensoría del pueblo a pronunciarse también respecto de los derechos de los ciudadanos ante los medios de comunicación<sup>534</sup>.

Pero los conflictos éticos entre los medios de comunicación y sus públicos encontraron cauces privados de solución. En Suecia se estableció así una instancia específica: el *Ombudsman* de la Prensa. Mientras el *Ombudsman*, como institución

---

<sup>533</sup>.- MAIORANO, Jorge Luis (1996): “El *Ombudsman*. Defensor del Pueblo y de la Democracia”. En revista *Postcátedra*, N° 7, Buenos Aires, Universidad de Belgrano, p. 13.

<sup>534</sup>.- Cfr. GINER DE GRADO, Carlos (1986): *Los Ombudsmen europeos*. Barcelona, Tibidabo ediciones S.A., pp. 28 y 29. En las páginas indicadas se puede apreciar un cuadro comparativo con las funciones que cumple el Defensor del Pueblo de España y sus homólogos europeos. La defensa de las libertades y derechos parece ser un común denominador de la institución. Otro estudio comparativo sobre la figura del *Ombudsman* en diversos países de Europa y América se puede encontrar en OVIEDO SOTO, Tarcisio (1995): “El *Ombudsman* en Europa y América”. En *Revista de Derecho*, N° 197, Concepción, Universidad de Concepción, pp. 31-42. Entre las instituciones públicas de Defensoría del Pueblo ha destacado la de la Ciudad de Buenos Aires en su defensa del público ante los excesos de los medios de comunicación. Esta actuación es inédita entre las defensorías de carácter estatal o público. En efecto, la persona investida de la autoridad defensorial, en tanto funcionario público, ha emitido pronunciamientos explícitos sobre casos puntuales relativos al comportamiento de los medios de comunicación. El Defensor del Pueblo de la Ciudad de Buenos Aires tiene, de acuerdo con la Ley de su creación, cuatro adjuntos. Uno de ellos lo es específicamente para asuntos de comunicaciones, ambiente y hábitat y urbanismo. Ver Ley Orgánica 3 de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, sobre creación de la Defensoría del Pueblo, promulgada el 20 de febrero de 1998 por Decreto N° 162. En Boletín Oficial de la Ciudad de Buenos Aires N° 394 del 27 de febrero de 1998.

pública, podría operar como un instrumento de heterocontrol, el *Ombudsman* de la Prensa conocido en la experiencia sueca ejerce la función por designación gremial. En tal sentido es un mecanismo de autocontrol, desde el interior de la profesión periodística. Este *Ombudsman* de la Prensa se estableció en 1969 por iniciativa del Consejo de la Prensa. Es designado con intervención del *Ombudsman* parlamentario, aunque conjuntamente con el Presidente de la Asociación de Abogados y el Presidente del Consejo de Prensa. Su función es garantizar el ejercicio de los derechos de la prensa, al mismo tiempo que los de los ciudadanos afectados por los excesos de los medios de comunicación, en armonía con la Ley de Prensa sueca, considerada parte de la Constitución del Estado<sup>535</sup>.

Los ciudadanos pueden protestar ante el *Ombudsman* frente a noticias y comentarios de prensa, que vulneren sus derechos o atenten contra la ética profesional. Este defensor del público carece de capacidad de sanción, pero su actuación es eficaz. Actúa ante la denuncia de los afectados o por iniciativa propia. Si cree que la queja no tiene fundamento puede desecharla, aunque el interesado está habilitado para apelar ante el Consejo de la Prensa. Si el *Ombudsman* admite la queja, entonces debe investigarla, escuchar a las partes y proponer una solución que las satisfaga. Si no hay acuerdo, debe emitir un dictamen que puede ser aceptado y publicado por el periódico o apelado al Consejo<sup>536</sup>. En circunstancias de gravedad, con la aceptación del denunciante, puede presentar el caso ante el Consejo de la Prensa y actuar ante éste como un fiscal lo haría ante un tribunal. Thorsen Cars, antiguo *Ombudsman* sueco de la prensa, ha explicado así su trabajo:

---

<sup>535</sup> .- Cfr. CARRILLO, Marc (1993): *op. cit.*, p. 183.

<sup>536</sup> .- Blázquez también se ha ocupado del procedimiento que se sigue ante el *Ombudsman* de la Prensa, destacando cómo cualquier interesado puede protestar ante él respecto de noticias o comentarios de prensa violatorios de la ética periodística. El *Ombudsman* tiene la obligación de intentar una satisfacción mediante rectificación o réplica. Si la disputa no se resuelve en ese plano puede reprender al medio, someter el caso al comité de deontología periodística o, si la violación es menor, censurar directamente la publicación. El periódico está obligado a publicar el dictamen del *Ombudsman* o del Comité. «Cabe destacar —agrega el autor— el hecho de que las eventuales compensaciones morales o materiales a las que pudiera dar lugar la denuncia no recaen en ningún caso sobre el periodista inmediatamente responsable, sino sobre la dirección del periódico o responsable de la empresa informativa. Por chocante y extraño que pueda parecer, el periodista denunciado queda siempre impune bajo el pretexto de mantener seguro el principio de la libertad de expresión». BLÁZQUEZ, Niceto (1994): *op. cit.*; p. 91.

«Yo no tengo una columna, pues no trabajo para un diario en particular. Cuando recibo una queja, investigo si es apropiado publicar la corrección o la réplica y, si es así, escribo o llamo por teléfono al director del diario para que lo haga. Pero no siempre basta con eso. Si, por ejemplo, se dice que cierta persona es un ladrón, no basta con decir al día siguiente: "mira, lo siento, no se trataba de él, no era el criminal o realmente no cometió ningún crimen". Al afectado ya se le arruinó la reputación y no es suficiente pedir disculpas. Entonces yo decido si se debe reprender o criticar a la gente del diario por violar el código de ética. El sistema de autocontrol espera que el diario publique mi decisión en una parte destacada»<sup>537</sup>.

Si el caso reviste más seriedad, el *Ombudsman* sueco envía su investigación al Consejo de la Prensa, que puede incluso aplicar multas. Esto constituiría una gran vergüenza para el diario pues implicaría el reconocimiento, ante sus lectores, de haber violado gravemente las normas éticas. El Código de ética para la prensa, radio y televisión de Suecia establece la obligación de publicar sin dilación declaraciones de censura hechas por el Consejo de la Prensa Sueca en casos que se refieran a su propio periódico, así como las declaraciones hechas por el *Ombudsman* de la Prensa. Quien ejerce la función tiene completa autonomía y es designado por tres años, durante los cuales no puede ser separado de la función. Ella está referida exclusivamente a la prensa escrita. Los medios audiovisuales en ese país son estatales y, en consecuencia, sujetos a diferentes instrumentos de control y de participación social.

Pero además de las dos modalidades de *Ombudsman* que hemos mencionado, como institución pública y por designación gremial, la forma más extendida de esta institución es aquella que opera al interior del propio medio de comunicación, como órgano unipersonal que defiende los intereses del público frente a los excesos de los medios de comunicación en materia de ética profesional.

Aunque como hemos visto su origen está en los países escandinavos, fue en los Estados Unidos donde por primera vez se estableció un *Ombudsman* de la Prensa, al

---

<sup>537</sup>.- ARRIAGADA, Eduardo (1991): "La alternativa del *Ombudsman*" (Entrevista con Thorsen Cars). En *Cuadernos de Información*, N° 7. Santiago de Chile, Pontificia Universidad Católica de Chile, pp. 85-90.

interior de un periódico. Ello ocurrió en julio de 1967, en el *Louisville Courier Journal* y el *Louisville Times*, en Kentucky. Un profesional fue encargado de oír las quejas de los lectores. Pero el primer *Ombudsman* que dispuso de una columna para comentar las quejas recibidas fue Richard Harwood, del Washington Post, en 1970. Sin embargo, el periódico japonés *Yomiuri Shimbun* disputa la primacía de esta función, alegando su presencia desde 1938.

Más allá de los orígenes históricos que hemos descrito y del proceso de diversificación de la figura del *Ombudsman*, también se ha explicado el nacimiento y la razón de esta figura por la corriente denominada *media criticism*<sup>538</sup> y por el poder de las audiencias. Desde aquel enfoque, su aparición fue una respuesta a una necesidad de control sobre unos medios que, en ocasiones, cometen errores. La lógica del sistema es que al saberse observados, los periodistas serán más responsables en su ejercicio profesional. Pero Herrera no se muestra demasiado optimista, pues para ella “los defensores constituyen sólo un paso más en la búsqueda de soluciones para la crisis”<sup>539</sup>.

Esta figura existe, de un modo preponderante, en los medios escritos. Suele tratarse de secciones bajo la conducción de un defensor del público, que recibe sus quejas y demandas respecto de las conductas del medio. Numerosos diarios, como *El País* en España, *Le Monde* en Francia, *La Repubblica* en Italia, *Izvestiya* en Rusia, *El Tiempo* en Colombia, la *Folha de Sao Paulo* en Brasil, o el *Washington Post* en los Estados Unidos, entre otros prestigiosos medios, han incorporado esta función. Pero no sólo la prensa escrita lo ha hecho. En el campo de la televisión poseen figuras equivalentes Antena 3 en España, los canales France 2 y France 3 en Francia, la cadena Red CBC de Canadá. En Brasil, la cadena de Radio Bandeirantes posee también un *Ombudsman*. Pese al crecimiento de esta entidad, su número es todavía limitado en

---

<sup>538</sup>.- El *media criticism*, o crítica de los medios, surge como práctica y como corriente académica en los años ochenta, ante la evidencia del poder de los medios y la falta de un correlato proporcional de responsabilidad. Algunas entidades comprometidas con este movimiento son: Media Research Center, Fairness & Accuracy in Reporting (FAIR) y Accuracy in Media (AIM) en Estados Unidos; la Città Invisible en Italia; el Instituto Gutenberg en Brasil; el Comité de la responsabilidad en los medios en Japón; y The Media Foundation en Canadá, entre otros.

<sup>539</sup>.- HERRERA DAMAS, Susana (2007): “El defensor de la audiencia: claves para entender el contexto de su aparición”. En *Palabra Clave*, vol. 10, Nº 1, pp. 25-35.

relación con la cantidad de periódicos existentes. En Estados Unidos, por ejemplo, hay unos treinta defensores para casi 1600 diarios<sup>540</sup>.

En América Latina, estas defensorías han tenido su mayor acogida en Brasil. El primer defensor latinoamericano surgió en ese país, en 1989, en el periódico *Folha de São Paulo*. En la actualidad, más de una docena de medios de comunicación brasileños tienen un *Ombudsman*. En México también hay seis diarios que han establecido la figura del defensor. Otros tantos medios tienen en Colombia un defensor del público. El primero de ellos data de diciembre de 1992, en el diario *El Tiempo* de Bogotá. También en este país existe la figura del defensor del televidente. Algunos otros casos en el continente se presentan en Puerto Rico, Venezuela, Panamá, Bolivia y Uruguay. El caso de Bolivia es singular. Un *Ombudsman* corporativo, a semejanza del caso sueco, interviene ante las quejas de los usuarios de los medios.

#### IV.4.2.4.2. Concepto

Maciá ha definido así la figura del *Ombudsman* o Defensor del Público:

«Se denomina Defensor del Lector (del Oyente o Telespectador) a la persona que un medio de comunicación designa para que vele, ante todo, por la defensa de ciertos derechos fundamentales de los ciudadanos mediante la vigilancia y supervisión de la labor que desarrollan sus periodistas y el producto periodístico que elabora el diario, revista, emisora radiofónica o cadena televisiva»<sup>541</sup>.

Fillippi, a su vez, se ha aproximado al concepto de defensor del público en los términos siguientes:

«La idea central —recuerda— está concebida para evitar que los abusos de la prensa sean ventilados en los tribunales ordinarios, generalmente por magistrados ajenos al quehacer de las comunicaciones sociales y, por lo tanto,

---

<sup>540</sup>.- Cfr. HERRERA, Susana (2008): “El defensor de la audiencia como instrumento para la educación”. En *Comunicar*, vol. XV, N° 30, pp. 125-130.

<sup>541</sup>.- MACIÁ BARBER, Carlos (2006): “Un modelo de Defensor del Lector, del Oyente y del Telespectador para el perfeccionamiento del ejercicio periodístico en España”. En *Comunicación y Sociedad*, vol. XIX, N° 1, pp. 47-66.

apegados a una letra legal que olvida las dificultades que existen para informar con la mayor corrección»<sup>542</sup>.

Blázquez también ha presentado una noción de la figura bajo comentario, a partir de algunos rasgos distintivos:

«Cualquier persona afectada por los medios de comunicación —explica— puede recurrir al *Ombudsman* cuando considere que no se han respetado sus derechos personales en noticias o comentarios de prensa. No tiene fuerza ni capacidad legal para imponer sanciones, pero ejerce una función de autocontrol moral muy eficaz por cuanto resulta muy bochornoso para los informadores el sentirse recriminados por sus faltas de honestidad informativa. La figura del *Ombudsman* contribuye muy eficazmente a que la prensa se mantenga independiente frente a los gobiernos»<sup>543</sup>.

Sobre la base de lo dicho podemos ensayar nuestro propio concepto: el defensor es un órgano unipersonal autónomo que opera al interior de un medio, cuya tarea es la defensa de los intereses del público ante el mismo, mediante la supervisión de sus contenidos. Sus opiniones no obligan a la redacción y sólo poseen la autoridad moral de quien las formula.

#### IV.4.2.4.3. Características

Rosa Zeta ha propuesto un perfil de *Ombudsman* con diez características: periodista con experiencia, independencia y calidad moral; dedicado a tiempo completo a su trabajo; con disposición de una oficina que lo asista en las labores de atención al público; debe elaborar informes y mantener contacto con la redacción para informar las inquietudes del público; igualmente debe mantener contacto permanente con el público; debe revisar a diario la oferta del medio; su nombramiento debe hacerse con el concurso de una cuota importante de los periodistas del medio; debe contar con

---

<sup>542</sup>.- FILLIPPI M., Emilio (1991): *La profesión de periodista: una visión ética*. Santiago de Chile, Atena, p. 192. El autor destaca también otro instrumento para mantener los niveles deontológicos de la prensa sueca: el Código de Ética adoptado por el Círculo de Editores de Suecia en 1923, cuyo texto fue modificado en 1978.

<sup>543</sup>.- BLÁZQUEZ, Niceto (1994): *op. cit.*, p. 90.

instrumentos como un Estatuto del Defensor y un Libro de Estilo; sus competencias deben alcanzar todas las secciones y agregados del medio; y debe mantener relación con las organizaciones que agrupan a los *Ombudsman*<sup>544</sup>.

Coincidiendo con las características propuestas por Zeta, Maciá ha descrito también un conjunto de ellas para el modelo que propone en España: designación conjunta por la propiedad, la Dirección y el Consejo de Redacción del medio; acreditada solvencia personal y dilatada experiencia profesional; ajeno a la empresa informativa y sin vinculación laboral futura con la misma; período de mandato limitado; capacidad de iniciativa propia y dotación de los medios materiales y personales necesarios; un Estatuto regulador, un código deontológico y un Libro de Estilo para los periodistas; actuación confidencial; y difusión interna y externa de los resultados de sus investigaciones a través de canales predeterminados y con periodicidad pactada<sup>545</sup>.

Sus funciones son ya tarea cotidiana en numerosos medios de prensa en el mundo. Se pronuncia sobre dilemas éticos que atañen al medio, reflexiona sobre aspectos generales relacionados con el periodismo, atiende los reclamos de los lectores y corrige a los redactores sobre cuestiones gramaticales. Hace un uso recurrente de la primera y la segunda persona, para lograr una conexión inmediata con el lector, y actúa con tolerancia. En prueba de ello muestra siempre un buen sentido del humor, procurando ser ágil y ameno. Sin embargo, ello no le impide ser severo y polémico cuando le toca enjuiciar las conductas del medio y de sus redactores.

Fillippi ha descrito así las labores del *Ombudsman* de la prensa:

«Atiende al público personalmente por teléfono o carta, critica al periódico, investiga las denuncias, interroga a los responsables y da su veredicto. Muchas veces, éste es implacable. La ventaja de este *Ombudsman* sobre la institución pública es el conocimiento que tiene sobre las actividades del periódico en el que desempeña funciones y la rapidez de sus resoluciones. Nunca deja pasar

---

<sup>544</sup>.- Cfr. ZETA QUINDE, Rosa (2005): “Hacia un defensor de la audiencia en los medios peruanos”. En *Revista de Comunicación*, vol. 4, pp. 60-65.

<sup>545</sup>.- Cfr. MACIÁ BARBER, Carlos (2006): *op. cit.*, pp. 47-66.

más de una semana antes de emitir su veredicto. Habitualmente, los resultados se publican en columnas dominicales que, curiosamente, tienen gran popularidad»<sup>546</sup>.

Lambeth ha coincidido en las funciones señaladas. Este autor destaca cómo algunos *Ombudsman* redactan memorandos internos sobre el quehacer de reporteros y jefes de redacción. Otros escriben boletines diarios que circulan sólo al interior de la redacción, aunque los más tienen columnas críticas que se publican en forma regular. Casi todos atienden las quejas de los lectores y procuran responderlas con prontitud<sup>547</sup>. Pero la amplitud de responsabilidades del *Ombudsman* no lo facultan para la censura, ya que no dispone de potestad alguna para impedir una publicación. Sus juicios son exclusivamente éticos y carecen en absoluto de carácter vinculante. El *Ombudsman* no es un funcionario, sino un columnista, carece por ello de autoridad para imponer sanciones. Cumple, más bien, una función de mediación cuando se producen conflictos entre la redacción y quienes se sienten afectados por ella. Esta tarea mediadora permite una relación cercana con el público y abre un espacio de acogida para sus opiniones.

Otra función relevante en el *Ombudsman* es la de educar al público en el consumo crítico de los medios, para que sea más exigente en la demanda por un periodismo de calidad<sup>548</sup>. En efecto, opinamos que la reflexión sistemática del defensor y la difusión que hace con ello de la deontología periodística, constituye una orientación pedagógica para el público, que puede así discernir con mayores elementos de juicio sobre el comportamiento de los medios a través de los cuales se informa. La postura crítica, que con frecuencia debe tomar el defensor, es también una motivación para que el consumidor de los medios no se conforme con cualquier producto, sino que exija uno de calidad. En tal sentido, la sola presencia de este canal es una invitación para adoptar una postura activa y participativa en el ejercicio de la defensa de los valores y la ética en la prensa.

---

<sup>546</sup>.- FILLIPPI M., Emilio (1991): *op. cit.*, p. 193.

<sup>547</sup>.- Cfr. LAMBETH, Edmund (1992): *Periodismo comprometido: un código de ética para la profesión*. México, LIMUSA, p. 99. También en: Cfr. MENDES, Jairo Faria (1999): "Ombudsman: o espaço para autocrítica nos jornais". En Instituto Gutenberg (Brasil), Boletim Nº 24 Série eletrônica, enero-febrero. El texto referido fue recuperado el 6 de diciembre de 2007 en: <http://www.igutenberg.org/jairo24.html>.

<sup>548</sup>.- Cfr. HERRERA, Susana (2008): *op. cit.*, p. 128.



En todos los casos la función es ejercida por una personalidad independiente, generalmente con un contrato a plazo fijo y sin posibilidad de ser removido en su cargo, lo cual le permite suficiente autonomía para fiscalizar la actuación del medio, particularmente respecto de cuestionamientos éticos promovidos por el público. No siempre esta figura es denominada *Ombudsman*. Algunos medios se refieren a ella como “Representante de los Lectores”, “Abogado”, “Defensor del Público”, “Mediador”, entre otras nomenclaturas. Los encargados de tan delicada misión suelen ser reconocidas y prestigiosas personalidades públicas o periodistas veteranos con experiencia en grandes medios<sup>549</sup>. En los Estados Unidos sus edades bordean los 55 años —cinco más que los directores y casi quince más que los redactores— y sus ingresos anuales son superiores a los cincuenta mil dólares<sup>550</sup>.

Entre los *Ombudsman* colombianos predominan dos tipos de profesionales: periodistas que pasaron por labores de reportería o columnistas y profesionales de otras especialidades, especialmente abogados con alguna relación con el periodismo. En un reciente estudio, el periodista Luis Alfonso Yepes analiza la actuación de quince defensores: once de ellos varones y cinco mujeres. La media de ejercicio en el cargo fue de dos años. Todos ellos disponían de una columna semanal y respondían en otra sección a las cartas de los lectores<sup>551</sup>.

#### IV.4.2.4.4. Cuestionamientos

Puede discutirse la imparcialidad del defensor del público y su capacidad para hacer un juicio objetivo desde el interior de una redacción, respecto de las faltas del

---

<sup>549</sup>.- Existe una organización denominada ONO, por sus siglas en inglés: *The Organizations of News Ombudsmen*. Establecida en 1980 tiene ya numerosos miembros en los Estados Unidos, Canadá, Japón, Suecia, España, Francia, Gran Bretaña, Holanda, Portugal, Turquía, Israel, Colombia, Venezuela, Brasil, Ecuador y Paraguay. La organización realiza una gran conferencia anual en diferentes países, para discutir en torno a las prácticas periodísticas. Asimismo, la ONO publica periódicamente un boletín. Entre los temas que se discuten con regularidad figuran el trato en los medios a las minorías raciales, la cobertura a las informaciones relacionadas con el sexo o el crimen, la invasión a la privacidad, el plagio, los conflictos de intereses, entre otros. En la página web <http://www.newsombudsmen.org> puede hallarse información sobre esta organización.

<sup>550</sup>.- Cfr. BLÁZQUEZ, Niceto (1994): *op. cit.*, pp. 91 y 92. Blázquez destaca con detenimiento, además, las características y perfiles que ha de tener el *Ombudsman* de la Prensa.

<sup>551</sup>.- Cfr. YEPES BUSTAMANTE, Luis Alfonso (2008): *Defensoría del lector en tres periódicos colombianos, 1992-2007*. Medellín (Colombia), Universidad de Antioquia, pp. 249-250.

propio medio, cuando él es parte del mismo. Así lo ha hecho Núñez Encabo. El autor considera que este modelo es generalmente ineficaz por su falta de credibilidad, al ser el mismo medio juez y parte y no existir garantía de imparcialidad. “Es un modelo vinculado más a la autodefensa del propio medio que a la autorregulación”<sup>552</sup>.

Para contrarrestar este riesgo, los medios se empeñan en encargar esta tarea a personalidades ajenas a la empresa periodística. Para cumplir con las funciones descritas el *Ombudsman* necesita independencia de la redacción. Por eso su contrato de trabajo deberá otorgarle suficientes garantías: estabilidad en su función e imposibilidad de extender su gestión más allá del período estipulado, de manera tal que su conducta frente al medio no esté condicionada por su permanencia en el mismo. Pero el escrutinio público al que está sometido, creemos, lo obliga a adoptar una actitud imparcial. Su eventual condescendencia con el medio sería la ruina de su credibilidad y la del medio.

#### IV.5. Conclusión.

Las consecuencias benéficas del autocontrol parecen quedar demostradas, no sólo por la garantía de autonomía que concede a la prensa y por el efecto de liberarla del acecho de los controles estatales, sino también por su contribución al equilibrio entre los derechos de los medios y los periodistas y los que corresponden al público. El auge de una serie de mecanismos, como los documentos y organismos comentados en este capítulo, abona también a favor de la utilidad del autocontrol, aunque ninguno de ellos esté libre de reparos.

En efecto, como hemos visto al analizar cada uno de los mecanismos de autocontrol, estos parecen tener sus respectivos detractores. Hay una cierta desconfianza en el ámbito académico, y también entre el público, respecto de su eventual parcialidad. La experiencia internacional sobre la materia, creemos nosotros, muestra sin embargo que el autocontrol posee márgenes aceptables de confiabilidad. Esta sería una razón suficiente para alentarlos. Es posible que en muchos casos estos mecanismos se hayan utilizado exclusivamente como un instrumento de mercadeo, para

---

<sup>552</sup>.- NÚÑEZ ENCABO, Manuel (2006): *op. cit.*, pp. 67-74. Ver p. 71.

proyectar una imagen de mayor credibilidad y confianza entre el público y sin una auténtica vocación por elevar los niveles éticos de los respectivos medios de comunicación. Pero el que esto haya podido suceder no descalifica al autocontrol como tal. Menos aún cuando sobreabundan casos ejemplares, en que los medios han debido admitir errores y rectificar en sus conductas.

Es verdad que ninguno de estos mecanismos, por sí solo, parece resolver el conjunto de los desafíos éticos que debe enfrentar la prensa. Los códigos deontológicos, los libros de estilo y los estatutos de redacción ofrecen pautas para la actuación del periodista. La existencia de estos instrumentos en las redacciones de los medios sería ya un avance significativo con miras al ejercicio de un periodismo más ético. Pero, sin organismos que controlen su cumplimiento, dejarían librada a la sola conciencia del periodista y de los directivos y propietarios de los medios la decisión de seguir los lineamientos deontológicos o apartarse de ellos. Si bien es verdad que la conciencia del individuo es el último reducto en el que se va a discernir sobre lo que es ético y lo que no lo es, creemos que los documentos, como mecanismos de autocontrol, son generalmente insuficientes para un correcto desenvolvimiento profesional. Son necesarios e, incluso, una condición para el buen hacer periodístico, pero no constituyen una garantía plena para el público si no están acompañados de instrumentos que permitan verificar su cumplimiento. Así como la ley necesita del poder sancionador del estado, que garantiza su observancia, la deontología, a nuestro entender, requiere de instrumentos paralelos para velar porque los documentos deontológicos no sean meras declaraciones, útiles sólo para el cuidado de la imagen pública del medio.

Puede argumentarse en contra de nuestra postura afirmando que la ética carece de elementos de coerción. Puede agregarse que allí radica su distinción respecto del derecho. Por nuestra parte creemos que tal diferencia es plenamente válida, pero ello no significa que el juicio sobre el ejercicio del periodista pueda quedar reducido a su exclusivo ámbito individual. Creemos que, dada la repercusión social de esta profesión, impuesta por su propia naturaleza, es legítimo plantear la conveniencia de un escrutinio público de la conducta profesional del periodista. Tal procedimiento no se equipara con los propios del derecho, pues estos tienen un carácter vinculante. Es decir que obligan al encausado, quien puede ser sujeto de sanciones y penas. Por el contrario, el

escrutinio ético no es vinculante, y no tiene más capacidad de coerción que la autoridad moral de aquellos a quienes corresponde ejercer tal función.

No puede negarse sin embargo que el juicio ético implica también una potestad sancionadora. No se trata ya de la imposición de castigos administrativos, civiles o penales, sino de la valoración positiva o negativa que puede hacer un colectivo calificado moralmente, respecto de una conducta profesional determinada. Ello puede tener consecuencias sobre el aprecio de la comunidad frente al individuo y su calidad profesional. La sanción, en este caso, es verdad que no tiene un carácter compulsivo ni obliga al encausado, pero reconoce valor a un comportamiento conforme con los principios éticos o expresa la insatisfacción pública con una conducta reñida con tales principios. El afectado puede admitir tal juicio o rechazarlo, pero no puede en su fuero interno ignorarlo, no puede ser indiferente ante el reproche social de su actuación ni ante el demérito que se le enrostra públicamente.

En este orden de ideas, nos parece pertinente afirmar la conveniencia de la complementariedad de los distintos mecanismos de autocontrol. Si bien los documentos descritos en este capítulo constituyen una precondition para un adecuado ejercicio ético del periodismo, son insuficientes sin los organismos también comentados. Unos pueden complementarse con los otros y constituir, a nuestro criterio, un sistema de autocontrol de la prensa. Cuando se integra tal sistema de un modo simétrico, donde todos los mecanismos de autocontrol coexisten armónicamente, se reducen sustancialmente los riesgos de una prensa reñida con la ética y se cautela así, de modo eficiente, las libertades de expresión e información. La prensa se sabe entonces confrontada con el parecer de sus pares y del público. La experiencia internacional sugiere que en aquellas regiones del orbe donde mejor se integran estos mecanismos, la ética periodística está mejor preservada y la contribución de la prensa al sistema democrático es más efectiva. Tal parece ser el caso de los países nórdicos de Europa. Experiencias valiosas como las de Gran Bretaña y Alemania también sustentan esta posición. Inversamente, en otras latitudes, el vacío de autocontrol parece coincidir con la escasa calidad ética de la prensa y el deterioro de las instituciones de la democracia. Un ejemplo de esa negativa relación puede verse en el devenir histórico de la prensa en el Perú.

Cabe agregar, además, que tanto los documentos como los organismos de autocontrol citados en el presente capítulo no se superponen unos a otros. Todos ellos pueden coexistir sin dificultad. Es verdad que hay coincidencias entre los códigos deontológicos y los libros de estilo o los estatutos de redacción, pero poseen distintos niveles de aplicación. Mientras los códigos contienen los principios, los libros de estilo los desarrollan y los cotejan con la práctica y los estatutos de redacción fijan instrumentos para hacerlos operativos al interior de los medios. De igual forma, en tanto los Consejos de Prensa son espacios amplios que incorporan la participación de los periodistas, los propietarios de medios y el público, los tribunales de honor suelen ser privativos del gremio, al igual que el *Ombudsman* lo es del medio. Mayor distinción puede hacerse incluso con los observatorios que se ubican, diríamos nosotros, en los límites externos del autocontrol.

Surge pues, del análisis realizado en este capítulo, nuestra convicción a favor de la necesidad de complementariedad entre los distintos mecanismos de autocontrol. Cuanto más de ellos estén disponibles, mayores posibilidades de poner contrapesos éticos al reconocido poder de los medios de comunicación. Un adecuado equilibrio en su uso puede ser una contribución decisiva para un desarrollo más ético y alturado de la prensa, en aquellas regiones y países donde el autocontrol es todavía incipiente.

## **Capítulo V. Ética del periodismo en el Perú**



### V.1. Introducción

No es fácil establecer los períodos históricos para el estudio de la evolución de la prensa en el Perú y menos aún para el análisis del devenir ético del periodismo peruano. Nuestras principales fuentes en esta tarea serán la obra exploradora de Raúl Porras Barrenechea, los datos aportados por Jorge Basadre (1903-1980) en su monumental *Historia de la República*, los trabajos más contemporáneos y exhaustivos de Juan Gargúrevich y un reciente estudio de Alberto Varillas sobre el periodismo peruano del siglo XIX. Sin embargo, nuestro propósito en este capítulo es, más que repasar la historia del periodismo peruano, fijar algunos hitos que permitan una comprensión del tratamiento de las dimensiones éticas en este recorrido.

Porras no ha seguido un orden sistemático en su estudio sobre el periodismo en el Perú, pero ha sido el primero en hacer algunos distinguos: entre periodismo constitucional, patriótico y político, durante la transición de la colonia a la república y durante la evolución de ésta en el siglo XIX. Más adelante se ha ocupado del periodismo moderno, que tiene su punto de inicio en los “años finiseculares” del siglo XIX, cuando la hoja intermitente de los periódicos de entonces se ensancha y se moderniza. Gargúrevich, por su parte, ha seguido un orden cronológico en su relato sobre la historia periodística del Perú, aportando datos cuantiosos, pero sin el señalamiento de hitos claros, que puedan marcar la pauta de esa evolución. Checa Godoy, al construir los capítulos sobre el Perú en su *Historia de la Prensa Iberoamericana*, ha señalado períodos coincidentes con grandes etapas del acontecer nacional, pero que no necesariamente corresponden a espacios temporales definidos por la propia identidad de la prensa en cada período<sup>553</sup>. Carlos Thorne, por su parte, ha abordado un período de la historia del periodismo peruano bajo la regla de las generaciones<sup>554</sup>. Habría sido también una perspectiva válida, si se estudia unidades de tiempo y grupos específicos

---

<sup>553</sup>.- Cfr. CHECA GODOY, Antonio (1993): *Historia de la Prensa en Iberoamérica*. Sevilla, Alfar. Esta obra, dada su dimensión continental, hace un estudio limitado de la evolución del periodismo peruano, concentrándose en el señalamiento de periódicos y periodistas destacados.

<sup>554</sup>.- Cfr. THORNE, Carlos (2007): *La generación del 50 y el periodismo. Un testimonio personal*. Lima, Universidad de San Martín de Porres. El autor, tras analizar el concepto de generación, señala que es posible asumir que cada treinta años se sucede una tras otra.



involucrados en ellas. La dimensión ética, sin embargo, trasciende los valores de una generación determinada.

Por nuestra parte, tratamos de establecer períodos en función de los acontecimientos más destacados que han marcado etapas en la preocupación por la ética de la prensa en el Perú. Para ello recogemos los momentos culminantes en los que han aparecido, sea en la legislación, o en el comportamiento de los periodistas, de los medios o del público, cada una de las grandes preocupaciones de la ética periodística. Para este fin usaremos la metodología del profesor Porfirio Barroso Asenjo, aplicada en sus investigaciones sobre los códigos deontológicos de la prensa. Él consigna unos cuarenta principios, que son parte de las 54 lecciones de su Proyecto Docente para el curso de Ética Periodística, en la Universidad Complutense de Madrid. Con esa matriz de principios el profesor Barroso ha estudiado contenidos de códigos deontológicos y de sílabos de cursos de ética periodística. Creemos que ella es útil también para indagar sobre los momentos históricos en que tales principios han sido puestos a prueba. Esta metodología fue validada en numerosas investigaciones y reconocida por el Comité de Validaciones de Proyectos de Investigación de la *Santa Clara University, California, USA*, donde el doctor Barroso realizó estudios sobre la materia.

Hemos establecido ya en el Capítulo III los alcances de la ética y la estrecha relación que hay entre ella y el derecho. Por largo tiempo el único referente para el comportamiento ético de la prensa en el Perú fue la legislación sobre la materia. Recién a mediados del siglo XX se acuerda en el Perú un primer código deontológico, de la Federación de Periodistas del Perú, que marca una nueva etapa en el compromiso ético de los periodistas peruanos. No es de extrañar por ello que nuestras principales fuentes primarias en este capítulo sean las normas jurídicas, que ya desde la colonia contenían principios más o menos explícitos que luego han sido recogidos también por los códigos éticos del periodismo.

#### V.2. Antecedentes. Entre la censura y la libertad de imprenta

La información ha sido desde siempre un bien muypreciado. Por ello su administración y control fue un privilegio celosamente custodiado. Desde muy antiguo las autoridades reales impidieron la libertad de imprenta, considerándola un privilegio,

antes que un derecho. El imperativo humano por acceder al conocimiento de los asuntos públicos y por expresar la propia opinión, sin embargo, encontró los recodos para contrariar los designios de quienes impedían el libre flujo de la información. Sea mediante la circulación de material manuscrito, sea por el uso de la caricatura o de textos ubicados en lugares que luego se convertían en puntos de interés para los parroquianos, o por medio de libelos, publicaciones clandestinas y cartas entre particulares, los peruanos encontraron la forma de expresar sus puntos de vista<sup>555</sup>.

#### V.2.1. Licencias previas

La edición de libros y otros impresos requería de licencias previas y sus contenidos podían ser enjuiciados por comisiones militares, inspecciones de imprenta, juntas de fe y por el Tribunal de la Santa Inquisición<sup>556</sup>. Hubo control de los libros destinados al Nuevo Continente, que no podían trasladarse sin licencia de embarque. Hubo además prohibición para los que contenían “vanas historias”. Carlos V, mediante

---

<sup>555</sup>. - Varillas ha señalado los orígenes de la censura noticiosa: «La censura de las noticias que se distribuían es muy antigua. En la Edad Moderna, consta que aparecieron mecanismos de control en Milán desde 1462 y en Venecia desde 1469, pero seguramente existían desde mucho antes. La Premática o Pragmática de 11 de julio de 1502 estableció en España la obligación de los impresores de recabar autorización de las Audiencias antes de la impresión de texto alguno. De otra parte, el sistema de distribución, es decir, el correo, también fue materia de control gubernamental y las concesiones que solían otorgar los regímenes absolutistas se manejaban arbitrariamente y eran entregadas a personas de absoluta confianza de las autoridades, por no decir a sus cómplices». VARILLAS MONTENEGRO, Alberto (2008): *El periodismo en la historia del Perú*. Lima, Universidad de San Martín de Porres, pp. 19 y 20.

<sup>556</sup>. - El Tribunal de la Inquisición atendía mayoritariamente juicios por bigamia, fornicación, judaísmo, luteranismo, islamismo, herejías, blasfemias, hechicería, brujería, quiromancia y “solicitud”, referidos a la falta de castidad en los clérigos. “Además de todo ello —agrega Hampe—, una de las tareas más importantes asignadas a este organismo fue el control de los libros importados de Europa y de los textos que —de una u otra forma, inclusive mediante ediciones clandestinas— circulaban dentro del virreinato. En la época más temprana, bajo el gobierno del virrey Toledo, se encuentran unos cuantos inventarios de bibliotecas particulares entre las listas de bienes que fueron confiscados a personas recluidas en las cárceles de la Inquisición. Pero es sólo a partir del siglo XVIII, con la difusión de las obras jansenistas e “ilustradas”, que comienzan a darse algunos procesos contra individuos acusados de poseer libros prohibidos (incluidos en el Índice expurgatorio). Sin embargo, en ningún caso se dictaron penas graves a esos lectores fuera de regla, pues es cosa sabida y comprobada desde hace mucho tiempo que en Hispanoamérica colonial se divulgaron las más variadas lecturas e ideas con relativa libertad, a pesar de las censuras oficiales”. HAMPE MARTÍNEZ, Teodoro (1998): “Control moral y represión ideológica. La Inquisición en el Perú”. En HAMPE MARTÍNEZ, Teodoro: *Santo Oficio e Historia Colonial*. Lima, Ediciones del Congreso del Perú, pp. 44-45. Sobre los procesos realizados en el Tribunal de la Inquisición puede consultarse también en PALMA, Ricardo (1997): *Anales de la Inquisición de Lima*. Lima, Ediciones del Congreso de la República del Perú. La edición original es de 1863.

pragmática de 1543, prohibió también traer de Europa publicaciones “de materia profana y fabulosas”, así como su impresión, venta y tenencia. El mismo monarca dispuso mediante Real Decreto del 5 de septiembre de 1550 el registro de cada uno de los libros que pasaban a América. El 18 de enero de 1585 se dispuso que prelados y provisoros visitaran los navíos con oficiales de la Real Hacienda para verificar si se transportaban libros prohibidos. Una pragmática de Felipe III, de 1609, ordenó que gobernadores, juzgados y arzobispos procuren “recoger todos los libros que herejes hubieren llevado o llevarén a aquellas partes”. Felipe IV prohibió pasar a las Indias libros “que pertenezcan a materia de indios o tratar de ellos”, sin ser vistos y aprobados por el Consejo y teniendo la debida licencia. La infracción era sancionada con “perdimiento del libro y cincuenta mil maravedíes” de multa. Carlos II, a su vez, dispuso en 1668 que los virreyes y presidentes de audiencias negaran licencias para imprimir libros en las jurisdicciones a su cargo “de cualquier materia o calidad”, sin previa censura.<sup>557</sup>

El correo, en cambio, entre la metrópoli y las colonias, podía circular sin impedimento alguno. La correspondencia oficial era remitida en cajones y era abierta en presencia del Virrey o de la Audiencia, para luego ser despachada a su destino último. Muchas veces eran los pregoneros los que debían difundir, en las plazas principales, las noticias que la autoridad consideraba relevantes. En los portales de la Plaza Mayor de cada pueblo se formaban corrillos donde la curiosidad popular satisfacía sus ansias de información. Las noticias corrían entonces de boca en boca con más presteza que los papeles<sup>558</sup>.

La primera imprenta en el continente americano operó en México en 1533. El impresor italiano Antonio Ricardo fue a su vez el primero en el Perú en obtener la licencia para el ejercicio de esa profesión en 1584<sup>559</sup>. A mediados de ese año publicó el

---

<sup>557</sup>.- Cfr. HUACCHA C., José Carlos (1971): *Libertad de Prensa y la legislación en el Perú*. Trujillo (Perú), Amaru, pp. 37 y siguientes. Las normas citadas están en el Anexo N° 1, que contiene quince disposiciones sobre censura de “libros que se imprimen y pasan a las Indias”.

<sup>558</sup>.- Cfr. PORRAS BARRENECHEA, Raúl (1970): *El Periodismo en el Perú*. Lima, Instituto Raúl Porras Barrenechea. También PORRAS BARRENECHEA, Raúl (1921): “*El periodismo en el Perú. Ciento treinta años de periódicos*”. Lima, *Mundial*, año II, número extraordinario, 28 de julio de 1921, pp. 157-168.

<sup>559</sup>.- Cfr. MEDINA, José Toribio (1907): *La Imprenta en Lima (1584-1824)* (IV Tomos). Santiago de Chile, impreso y grabado en casa del autor. La obra citada constituye una fuente

primer texto impreso en el país: *Pragmática sobre los diez días del año*, que contenía las disposiciones del Papa Gregorio XIII relativas a ciertas correcciones del Calendario Juliano. Pero sólo diez años después, en 1594, se inicia la historia de la prensa en el Perú. Aunque el *chasqui* y el *quipu*, fueron formas de comunicación en el incanato, no podrían ser consideradas auténticas expresiones periodísticas<sup>560</sup>. Tampoco las cartas o crónicas, escritas por los españoles para transmitir a la península su experiencia en el Nuevo Mundo.

#### V.2.2. Relaciones, noticiarios y libelos

Los autores sí han reconocido en las llamadas relaciones una suerte de proto periodismo. La primera de estas relaciones en el Perú data de 1594 y fue escrita por órdenes del virrey García Hurtado de Mendoza, para informar sobre la victoria de las naves españolas frente al pirata inglés John Hawkins en las costas de Chile<sup>561</sup>.

Refiriéndose a las relaciones, Vargas Ugarte ha dicho:

«Estas publicaciones estaban muy lejos de parecerse a los diarios modernos y ni siquiera tenían de ellos la periodicidad, circulando tan solo cuando el correo de España suministraba abundante material de noticias o bien cuando algún suceso extraordinario venía a despertar la curiosidad de las gentes»<sup>562</sup>.

Contemporáneos a las relaciones fueron los noticiarios. Las primeras eran textos que daban cuenta de un solo hecho de interés público, en tanto los segundos eran una especie de boletines con noticias breves y abundantes sobre sucesos mundiales. Entre los noticiarios más populares del siglo XVII estuvieron las cartas de Andrés de

---

esencial para auscultar la más completa relación de las publicaciones impresas en la capital del Perú durante el período.

<sup>560</sup>.- Los *chasquis* eran individuos que llevaban las informaciones oficiales a todo el vasto imperio, a la carrera y haciendo postas, transitando los caminos del Inca. Los *quipus* eran un sistema de nudos colgados en cordeles, que permitían consignar cifras o transmitir mensajes.

<sup>561</sup>.- Cfr. VARGAS UGARTE, Rubén (1945): *Historia del Perú. Fuentes*. Lima, Gil Impresores, p. 132; GARGÚREVICH, Juan (1991): *Historia de la prensa peruana 1594-1990*. Lima, La Voz, p. 29-31; ROMERO, Carlos Alberto (1939): “Los orígenes del periodismo en el Perú: de la relación al diario, 1594-1790”. En *Revista Histórica*, N° 12, Instituto Histórico del Perú, pp. 246-312.

<sup>562</sup>.- VARGAS UGARTE, Rubén (1945): *op. cit.*, p. 130.

Almansa y Mendoza, considerado por algunos historiadores como el primer reportero de España. Los noticiarios fueron desplazando progresivamente a las relaciones y tuvieron plena vigencia en el virreinato del Perú hasta el siglo XVIII<sup>563</sup>, como el principal medio informativo. Su aparición era poco frecuente: una o dos veces al año y sus contenidos, claro, estaban sujetos a la censura del virreinato.

Las relaciones y noticiarios son considerados pues la primera forma de periodismo en el Perú, repitiendo un fenómeno producido antes en Europa. Constituyen el antecedente más relevante, previo a la aparición de publicaciones periódicas, siendo la única forma de comunicación escrita por espacio de siglo y medio. La temática de las relaciones fue abundante y variada, en materia de comercio, bélica y religiosa. Tanto relaciones como noticiarios fueron, por cierto, objeto de “censura preventiva o previa”, pues debían ser sometidos a examen de las autoridades del gobierno antes de su publicación. Ello, suponemos, no puede haber sido muy difícil, pues se trataba de publicaciones oficiosas, cuando no elaboradas por la propia autoridad. “La administración de las *relaciones* y los *noticiarios* fue una tarea compartida, y en algunos casos hasta simultánea, entre el gobierno virreinal y la Iglesia, cualquiera fuera el tema de las impresiones”<sup>564</sup>.

Pero junto con las relaciones y los noticiarios, puede incluirse entre las primeras formas de periodismo en el Perú “las hojas de noticias aparecidas como pliegos sueltos, los libelos u hojas de opinión y propaganda y, finalmente, lo que en Francia se denominó *canards*, que eran hojas que contenían relatos de hechos curiosos, milagrosos y extraordinarios”<sup>565</sup>. De entre estas formas nos interesa destacar los libelos, por sus implicaciones éticas. Sus mentores acudieron a este recurso para presentar su visión parcializada sobre personas y acontecimientos, cuando ésta no era aceptada en las publicaciones de la época en forma de comunicados o remitidos, dada su virulencia y agresividad.

---

<sup>563</sup>.- El noticiario conocido más antiguo, publicado en Lima en el castellano de la época, data de 1618 con el título de “Relacion de auisos de todo lo que ha sucedido en Roma, Nápoles, Venecia, Genoua, Sicilia, Francia, Alemania, Inglaterra y Malta, y otras partes desde seys de enero deste presente año de 1618, embiado desde dicha ciudad de Roma a esta de Seuilla por un personaje graude”.

<sup>564</sup>.- MENDOZA MICHILLOT, María (1997): *Inicios del Periodismo en el Perú. Relaciones y Noticiarios*. Lima, Universidad de Lima, p. 66.

<sup>565</sup>.- VARILLAS MONTENEGRO, Alberto (2008): *op. cit.*, p. 21.

«Entonces —dice Varillas— los mismos textos aparecían como libelos, es decir, como publicación infamatoria, generalmente anónima, destinada a denigrar o infamar a personas o cosas. A lo largo de la historia, los autores de estos volantes anónimos y sus impresores han sido objeto de constante persecución y fuertes sanciones por distintas autoridades, puesto que, por lo general, ellas eran el principal blanco de los ataques; en otras ocasiones a falta de sanción, los autores de libelos eran objeto de represalia impuesta por los propios agraviados a falta de justicia que los favoreciera»<sup>566</sup>.

### V.2.3. Primeras gacetas y periódicos

Desde mediados del siglo XVII se publicaron gazetas en España. Publicaciones como la *Gazeta de Madrid*, *El Duende Crítico*, *El Diario de los Literatos de España*, *Mercurio Histórico y Político* y *Mercurio de España*, dan cuenta del auge de la prensa en la península, en la primera mitad del siglo XVIII. El periodismo español se desarrollaba pese a los rigores de la censura. En 1715 empieza a reimprimirse en Lima la *Gazeta de Madrid*. Fue una publicación pionera del periodismo peruano. Su título fue “Gazeta reimpresa en Lima: de las novedades más sobresalientes de la Europa del mes de febrero de 1715”. Aunque fue un típico noticiario, y pese a que no hay evidencia de ejemplares subsiguientes, se le menciona como el antecedente más remoto de una publicación periódica en el Perú<sup>567</sup>.

El periodismo en el Perú tiene también otro referente en sus inicios. Se trata de la *Gaceta de Lima*<sup>568</sup>, fundada en 1744 y editada durante unas cuatro décadas, con una periodicidad entre seis y ocho semanas, aunque su publicación se hiciera a veces con intermitencias mayores. Esta es la publicación periódica más antigua de América del

---

<sup>566</sup>.- *Ibidem*, p. 26.

<sup>567</sup>.- Cfr. GARGÚREVICH, Juan (1991): *op. cit.*, p. 35. También puede consultarse sobre estos momentos iniciales del periodismo en el Perú y en el resto de América en OVIEDO Y PÉREZ DE TUDELA, Rocío (1980): “*Periodismo Hispanoamericano de Independencia y sus antecedentes*”. En *Anales de Literatura Hispanoamericana*, vol. 9, pp. 167-185.

<sup>568</sup>.- «En Lima hubo tres publicaciones consecutivas con ese nombre: la *Gazeta* de 1715 que era reimpresión, quizás con algunos añadidos, de la que con el mismo nombre se publicaba en Madrid; la *Gazeta* de Lima de 1744... y la que con el mismo nombre publicó Guillermo del Río a partir de 1793». VARILLAS MONTENEGRO, Alberto (2008): *op. cit.*, p. 71.

Sur. En la presentación de esta *Gaceta* se anuncia ya su finalidad informativa y su propósito de hacer circular las noticias y las novedades del comercio, siguiendo la senda de las *gazetas* italianas, los diarios o jornales franceses y los mercurios holandeses. Según Jean-Pierre Clement, las notas esenciales de la *Gaceta* fueron “su aspecto oficialista, que hacía de ella un instrumento al servicio del poder central, y su interés limitado hacia lo peruano...”<sup>569</sup>. No obstante, la *Gaceta* recogía también en ocasiones noticias locales, citando como ejemplo el robo del sol de oro de la Custodia de la Iglesia de San Agustín de Lima en 1744, “por un tal Lucas de Valladolid” o una “conspiración de indios y mestizos” en Lima y Huarochirí en 1750<sup>570</sup>.

«La Gazeta de 1744 fue la primera publicación peruana estable. En todo momento estuvo sujeta a censura aunque es posible que ocasionalmente pueda haber deslizado alguna información que disgustara a las autoridades civiles o a las eclesiásticas»<sup>571</sup>.

Los pocos letrados en las colonias de ultramar se informaban por la *Gaceta* de los acontecimientos ocurridos en la Metrópoli. En sus páginas eran destacadas las victorias de las armas hispanas, las virtudes de sus ciudadanos, la persecución de las herejías y la relación con la Iglesia. De esta forma la prensa contribuía a sostener la unidad del reino<sup>572</sup>.

Si bien los antecedentes señalados son verdaderos hitos de los inicios del periodismo en el Perú, su escasa o nula preocupación por los temas locales y su deficiente regularidad, impiden otorgarles un carácter fundacional. Los primeros periódicos peruanos, con méritos para tal denominación, sólo vieron la luz en 1790 y 1791. El primero de ellos fue *El Diario de Lima*, fundado por Francisco Antonio Cabello y Mesa (1764-1814), conocido bajo el seudónimo de Jaime Bausate y Mesa. Apareció por primera vez el 1 de octubre de 1790 y fue el primero en la América

---

<sup>569</sup>.- CLEMENT, Jean-Pierre (2006): “Aproximación al Diario de Lima (1790-1793) y a Jaime Bausate y Mesa, su autor”. En *El Argonauta Español*, N° 3. Recuperado el 24 de abril de 2008 en: <http://argonauta.imageson.org/document82.html>.

<sup>570</sup>.- Cfr. GARGÚREVICH, Juan (1991): *op. cit.*, pp. 36 y 37.

<sup>571</sup>.- VARILLAS MONTENEGRO, Alberto (2008): *op. cit.*, p. 72.

<sup>572</sup>.- Cfr. GARGÚREVICH, Juan (1991): *op. cit.*, pp. 38 y 39.

hispana con periodicidad diaria<sup>573</sup>. A éste le siguió el *Mercurio Peruano*, fundado el 2 de enero de 1791, publicado por la llamada “Sociedad de Amantes del País”, que cumplió un rol trascendental en la gesta emancipadora, no porque tuviera un carácter revolucionario, sino por su comprensión del Perú como una entidad histórica, cultural y geográfica con una identidad propia. El *Mercurio*, a diferencia de *El Diario*, tenía un carácter reflexivo y doctrinario y no informativo.

Fue el entonces Virrey del Perú, don Francisco Gil de Taboada y Lemos, quien concedió a Bausate y Mesa el permiso para la impresión de *El Diario de Lima*, bajo la vigilancia del Fiscal de la Audiencia limeña, don José de Gorbea y Vadillo. *El Diario* fue presentado al público inicialmente como un prospecto, con las características que tendría la publicación, en cuanto a filosofía, temas, secciones, y condiciones de suscripción. La primera edición formal, sin embargo, es del 1 de octubre de 1790, como ha sido dicho. Desde enero de 1791 hasta su desaparición, el 26 de septiembre de 1793, la publicación de cuatro páginas se hizo ininterrumpidamente. El periódico tuvo hasta 409 suscriptores y se vendía también en varias ciudades del Perú: Lima, Arequipa, Cajamarca, Cuzco, Huamanga, Huancavelica, Huanta, Huánuco, Ica, Moquegua, Nazca, Pasco, Tacna, Tarma y Trujillo. De igual forma se comercializaba en el Alto Perú (hoy Bolivia) en La Paz, Potosí, La Plata y Chuquisaca. Pese a la relativa amplitud de su difusión, la difícil empresa no prosperó luego de tres años de empeños. Los costos no fueron compensados de modo suficiente por las ganancias. La información sobre la llegada y salida de barcos al puerto del Callao o los datos sobre comercio, fincas, esclavos, amas y muebles no fueron suficientes para cautivar el interés de los lectores, ganados más bien por los textos reflexivos y a la vez enjundiosos de *El Mercurio*<sup>574</sup>.

El *Mercurio Peruano* (1791-95)<sup>575</sup>, de aparición bisemanal, fue a su vez un órgano de la Sociedad Académica de Amantes del País, partidarios de la modernidad y contrarios al inmovilismo de los claustros universitarios de la época. Entre sus mentores destacaban José Baquíjano y Carrillo, el médico Hipólito Unanue, Fray Diego Cisneros,

---

<sup>573</sup>. - Según el citado Clement sus homólogos coloniales no vieron la luz hasta comienzos del siglo XIX. Estos fueron el *Diario de México* en 1805-1814, el *Diario Mercantil de Vera Cruz* en 1807-1808 y el *Diario de La Habana* en 1811. Cfr. CLEMENT, Jean-Pierre (2006): *op. cit.*

<sup>574</sup>. - Cfr. *Ibidem*.

<sup>575</sup>. - Cfr. BIBLIOTECA NACIONAL DEL PERÚ (1964-1966): *Mercurio Peruano* (XII) Edición Facsimilar. Lima, Biblioteca Nacional del Perú. Recoge la totalidad de las ediciones del bisemanario publicado por la Sociedad de Amantes del País.



Toribio Rodríguez de Mendoza y Vicente Morales Duárez (abogado criollo que llegó a ser presidente de las Cortes de Cádiz), entre otros. Aunque en sus inicios tuvo una relación cercana con *El Diario de Lima*, se produjeron luego conflictos entre ambos. Cartas críticas sobre el *Mercurio* encontraron espacio en el *Diario*, al mismo tiempo que hubo ocasión en que los dos periódicos polemizaron sobre cuestiones de interés público, en las que no ahorraron adjetivos insultantes. El *Mercurio* desplazó finalmente al *Diario de Lima*, que hacia 1792 había reducido ya su formato, para luego publicar sólo anuncios. Para entonces había perdido el apoyo de las autoridades coloniales, que le negaron también el privilegio de la impresión de catecismos<sup>576</sup>.

A su vez Velaochaga comenta el auge del *Mercurio* en estos términos:

«En el último decenio del siglo XVIII, lo que ahora llamaríamos una revista, más bien académica, destaca entre todas: “Mercurio Peruano”. Su objetivo inmediato no es excitar las fibras políticas, ni siquiera por medio de la exposición de posibles sistemas de gobierno alternativos. Su finalidad era más profunda y, tal vez, más urgente. El título del primer artículo en él publicado es suficientemente sintomático: “Idea General del Perú”»<sup>577</sup>.

El periodismo de la época no era exclusivo del elemento criollo. En el *Mercurio* escribían también españoles, como español era el director del *Diario de Lima*, el referido Bausate y Meza. Pero su verdadero mérito, según atestigua Velaochaga, radicó en poner al alcance de las capas más ilustradas de la sociedad las bases de todo cambio social: el conocimiento profundo de la realidad geográfica y social que era el Perú. En efecto, el espíritu de este periódico puede apreciarse en su primera edición, del 2 de enero de 1791, bajo el título de “Idea General del Perú”<sup>578</sup>.

---

<sup>576</sup>.- Cfr. GARGÚREVICH, Juan (1991): *op. cit.*, p. 45.

<sup>577</sup>.- VELAOCHAGA, Luis (2001): *Políticas exteriores del Perú: Sociología Histórica y Periodismo*. Lima, Universidad de San Martín de Porres, p. 265.

<sup>578</sup>.- «El principal objeto de este Papel Periódico —se lee en el *Mercurio*—, según el anuncio que se anticipó en su Prospecto, es hacer mas conocido el pais que habitamos, este Pais contra el qual los Autores extrangeros han publicado tantos paralogismos. Los primeros Escritores, entre los nacionales que trataron del Perú, fueron los que compilaron las relaciones de sus propios acontecimientos, ó depositaron en sus Historias y Anales los datos de la tradición... Con los materiales de estos AA., y sobre las ligeras noticias que de paso adquirieron algunos Viajeros, se han combinado todas las Historias, Reflexiones, Cartas, Tratados Geográficos y Compendios, que se han dado á luz sobre el Perú, en las orillas del Sena, y del Támesis. El

En cuanto a nuestra materia se refiere, la ética periodística, es posible hallar por primera vez un mecanismo que podría ser el más remoto antecedente del autocontrol en el Perú y, concretamente, del derecho a la rectificación. Los redactores del *Mercurio* alentaban el envío de cartas y críticas de sus lectores con el propósito de mejorar sus ediciones. Incluso se comprometían a publicarlas, en tanto sean “dignas del conocimiento público”. Las críticas no fueron tan reflexivas como esperaban los responsables del periódico, pues en más de una ocasión señalaron la mala intención de algunas críticas, “sátiras amargas”, “invectivas groseras”, “partos monstruosos del encono o la envidia”, que los redactores confesaban entregaban a las llamas y a al más profundo olvido<sup>579</sup>. No obstante, otras tantas correspondencias y críticas fueron publicadas por el *Mercurio*.

El *Mercurio Peruano*, en aquel período auroral de la nacionalidad, marca el principio de una identidad nacional cuya construcción, aunque tal vez inconclusa, se anuncia ya desde entonces. Esta pieza es, al mismo tiempo, una evidencia del papel del periodismo en la creación de una conciencia nacional en el Perú, incluso antes de la fundación de la república. El Perú fue visto así también, por sus habitantes de entonces, como una continuidad histórica, de origen milenario, pero nutrida de los más diversos aportes étnicos y culturales. El *Mercurio* cesó su publicación en 1794. Varillas intuye que una disposición real de 1791, que “ordenaba la suspensión de todos los periódicos privados españoles puesto que estimulaban en la población la formulación de prerrogativas”, habría sido la causa para la desprotección real del periódico. Así, su

---

espíritu de sistema, sus preocupaciones nacionales, la ignorancia á veces, y el capricho han influido tanto en la mayor parte de estas obras, que el Perú que ellas nos trazan, parece un país enteramente distinto del que nos demuestra el conocimiento práctico.

La consecuencia que deducimos de esta exposición, es lisonjarnos que bien podemos entrar haciendo un dibujo general del Perú, sin temer la nota de temerarios, ni de copiantes, y con la seguridad de extender unas noticias mas exáctas, y tal vez mas nuevas de las que hasta aquí se han dado». BIBLIOTECA NACIONAL DEL PERÚ (Editor) (1964): *Mercurio Peruano*. Edición Facsimilar. Edición del 2 de enero de 1791. Lima. BNP. En la transcripción hemos respetado la ortografía original del texto. En el mismo se hace luego una cálida descripción del Perú, que alude a su historia y tradiciones y repasa prolijamente sus límites, sus arenales y montañas, de cumbre y lagunas, valles y quebradas, villas y ciudades. Presenta a la población del Perú en todas sus manifestaciones raciales: españoles, indios, negros y todas las combinaciones posibles. Se refiere al comercio marítimo y al interno, a sus industrias y su minería, a la pesca y la agricultura, al ambiente cultural predominante y hasta a la belleza de las mujeres.

<sup>579</sup>.- Cfr. ZETA QUINDE, Rosa (2000): *El Pensamiento Ilustrado en el Mercurio Peruano*. Piura, Universidad de Piura, pp. 220-221.

desaparición habría sido parecida a la de su predecesor, la *Gaceta de Lima*. El apoyo del gobierno virreinal era condición para la subsistencia de aquellos medios. Sin las suscripciones del gobierno, sin licencias para la impresión de catecismos y otras publicaciones, y en medio de la censura y la hostilidad de las autoridades, estos periódicos se hicieron inviables.

Otro periódico trascendente de la época fue el *Semanario Crítico*, publicado en la década de 1790 bajo la dirección del religioso franciscano Antonio Olavarrieta. Se editaba los domingos y, aunque sólo apareció durante 16 semanas, tuvo tiempo suficiente para enfrascarse en ardorosas polémicas con el *Mercurio Peruano*<sup>580</sup>. También merece mención la *Gazeta de Lima* fundada en 1793 por Guillermo del Río<sup>581</sup> —alentada por el virrey Gil de Taboada y Lemos—, a la que ya nos hemos referido antes por la coincidencia de su denominación con otras dos precedentes. Esta *Gazeta* tuvo pocas ediciones y se pierde su rastro en 1795<sup>582</sup>. Se ocupó de presentar las informaciones provenientes del viejo continente —con especial atención a la Revolución Francesa y a los conflictos entre España y Francia— usando para ello como fuente prioritaria a la *Gaceta de Madrid*. Una nueva publicación con igual nombre apareció en 1798, aunque poco se sabe de ella. Más adelante habría cambiado de nombre por el de *Telégrafo Peruano*, para variar una vez más su denominación por el de *Minerva Peruana*, publicada entre 1805 y 1810.

---

<sup>580</sup>.- Cfr. ZAMALLOA ARMEJO, Raúl (1993): “La polémica entre el *Mercurio Peruano* y el *Semanario Crítico* (1791)”. En *Histórica*, vol. xvii, N° 1, pp. 107-118. También en VARILLAS MONTENEGRO, Alberto (2008): *op. cit.*, p. 99. «Entre ambas publicaciones —dice este autor refiriéndose a la polémica señalada— se plantea desde el primer momento una confrontación que termina en una lucha breve pero intensa: en su N° 2 (12 de junio), el *Semanario*... incluye tres notas polémicas contra el *Mercurio*... a propósito del indebido uso de determinados vocablos; en el N° 3 (19 de junio), vuelve al ataque; *Mercurio*... contesta en su N° 50 (23 de junio) en términos insólitamente enérgicos y hace presente que Olavarrieta “...lleno del más negro veneno, ha vomitado mil ironías amargas para rebajar nuestra Obra”; la respuesta del *Semanario*... en su N° 5 (12 de julio), no fue menos enérgica».

<sup>581</sup>.- Esta *Gaceta* no tuvo relación con la que, con el mismo nombre, circulara entre 1743 y 1780 y que corresponde a los noticiarios de la época.

<sup>582</sup>.- Cfr. COFIDE (1983): *Gazeta de Lima. De 1793 a junio de 1794*, Edición Facsimilar. Lima, COFIDE: Oficina de Asuntos Culturales. Compilación, prólogo y apéndices de José Durand. La obra recoge 35 números y seis suplementos publicados ininterrumpidamente entre septiembre de 1793 y junio de 1794. Aunque no se conocen los ejemplares posteriores, se sabe por diversos testimonios de la época que el periódico se editó cuando menos hasta el año siguiente.

#### V.2.4. Legislación de imprenta

La prensa de aquellos años finales del siglo XVIII fue alentada por el virrey Gil, quien veía en ella un instrumento para los fines del gobierno, siempre que se la contenga en los límites prescritos por la religión y la ley. Entonces las rígidas disposiciones parecían relajarse, como consecuencia de los ímpetus liberales que se imponían en la península<sup>583</sup>. Carlos III, sin embargo, mediante Real Cédula de 2 de octubre de 1788, dispuso que los periódicos se presentaran ante un Juez de Imprenta y un Censor, antes de su publicación, a fin de evitar expresiones “torpes ni lúbricas”, ni “sátiras de ninguna especie”, ni “materias políticas”, ni “cosas que desacrediten a las personas”. Ya entonces surgía una preocupación, aunque incipiente, por el honor de las personas, puesto en riesgo por la prensa. También el origen de las fuentes parecía ya inquietar al legislador regio. La norma fue aplicada en el virreinato del Perú, nombrándose censores del *Diario de Lima* y del *Mercurio Peruano*.

Anota Rosa Zeta que en la Recopilación de Leyes de Indias no se encuentran disposiciones específicas sobre la prensa, pues ella fue inexistente hasta fines del siglo XVIII<sup>584</sup>. Este vacío normativo fue cubierto por la autoridad virreinal. El virrey Gil de Taboada fue permisivo, pero algunos de sus sucesores fueron más restrictivos.

La norma de obligatorio cumplimiento por aquellos años fue la Real Resolución dictada por Carlos III, del 2 de octubre de 1788, titulada “*Reglas que deben observarse en los papeles periódicos, y escritos cuya impresion corra baxo la inspeccion del juez de imprentas*”<sup>585</sup>. Los autores de tales periódicos debían cuidar, según el artículo tercero, que en “sus papeles ó escritos no se pongan expresiones torpes ni lúbricas, ni tampoco sátiras de ninguna especie, ni aun de materias políticas, ni cosas que desacrediten las personas”, al mismo tiempo que debían abstenerse de cualquier “alusión directa contra el gobierno y sus magistrados”. Asimismo, en el artículo cuarto se estableció la obligación de señalar el nombre o cita del autor de informaciones extraídas de otras fuentes. Hubo también prohibición de publicar asuntos resueltos o pendientes de carácter gubernamental, sin consulta o permiso de las autoridades.

---

<sup>583</sup>.- Cfr. VARILLAS MONTENEGRO, Alberto (2008): *op. cit.*, p. 116.

<sup>584</sup>.- ZETA QUINDE, Rosa (2000): *op. cit.*, p. 91.

<sup>585</sup>.- El texto íntegro de la norma puede encontrarse en el Anexo N° 2 de esta tesis. En la cita respetamos la ortografía original de la norma.

El Rey Carlos IV dispuso más controles mediante Resolución del 24 de febrero de 1791, en la que prohibió la circulación de periódicos, con la sola excepción del *Diario de Madrid*. En 1805 se divulga una recopilación de normas españolas, que incluye, entre muchas otras materias, aquellas relativas a la prensa.

#### V.2.5. Libertad de imprenta

Las normas recopiladas en 1805 mantuvieron su vigencia por poco más de cinco años pues, mediante decreto del 10 de noviembre de 1810, las cortes reunidas en Cádiz establecieron la libertad de imprenta<sup>586</sup>, el antecedente más remoto para el Perú de las libertades de expresión e información. La norma se hizo pública en Lima el 18 de abril de 1811, cuando fue insertada en la *Gaceta de Gobierno*. Habían transcurrido cinco meses desde su aprobación. El cabildo de Lima había recibido también notificación del decreto el 19 de abril de 1811. Desconfiando de las intenciones del virrey Abascal, decide imprimirlo y distribuirlo por su propia cuenta. El Virrey no ocultó su poca simpatía por la libertad de imprenta, que podría atizar el fuego de las rivalidades entre peninsulares y criollos y favorecer la propaganda de los focos partidarios de la independencia, en el norte y el sur del continente<sup>587</sup>.

La noticia sobre la libertad de imprenta fue recibida con júbilo por liberales y patriotas. Los partidarios del absolutismo, en cambio, encontraron que la norma era causa de terribles males. El sacerdote jesuita Rubén Vargas Ugarte (1886-1975) ha referido un párrafo publicado en el *El Investigador*, el 25 de julio de 1813:

«Son innumerables los indecentes papeluchos que nacieron en esta capital desde la declaración de la libertad de imprenta. El odio, la venganza, la sátira mordaz y soez abortaron producciones pueriles y detestables. El bello sexo, digno de

---

<sup>586</sup>.- El Decreto, titulado Libertad política de Imprenta, puede verse en el Anexo N° 3 de la tesis. Las mismas cortes liberales abolieron en febrero de 1813 el Tribunal de la Inquisición en todos los dominios coloniales. En Lima, según Hampe, la medida fue recibida con júbilo por la prensa, el cabildo y los catedráticos de la Universidad de San Marcos, quienes celebraron la liberación de ese “cruel yugo” que imponía un silencio forzado a los discursos del hombre y proscribía límites al saber. Cfr. HAMPE MARTÍNEZ, Teodoro (1998): *op. cit.*, p. 47.

<sup>587</sup>.- Cfr. MARTÍNEZ RIAZA, Ascensión (1982): *Los orígenes del periodismo doctrinario en el Perú. El caso conflictivo de “El Peruano”*. En *Quinto Centenario* N° 3, 109-136. Ver pp. 110-112.

aprecio y de respeto, se vio vilmente ultrajado en los versos denigrantes de un poetastro inmoral, delirante y mercenario: impugnaciones ridículas y malazonadas inundaron la capital y sólo sirvieron a manifestar el abuso que se hacía de un bien que acababan de conceder las Cortes y Lima ha visto con dolor prostituir un tan gran beneficio a los resentimientos y frivolidades en un tiempo en que la patria la llamaba en su socorro»<sup>588</sup>.

Vargas Ugarte relativiza un tanto la opinión publicada en el periódico fidelista, que reivindicaba de esa forma, ya desde aquellos años, los ahora consagrados derechos a la intimidad, al honor o a la imagen:

«Sin duda alguna que hubo algo de lo referido y *El Investigador* no se vio libre del contagio, pues sus columnas sirvieron muchas veces para que en ellas aflorase la inquina y el odio personales, la diatriba y el insulto mezquinos y la crítica y maledicencia callejeras, cosas todas que no dejaban de despertar la curiosidad de los muchos a quienes divierte este género de literatura. El anónimo en que se encerraban los autores facilitaba el abuso y daba pábulo a las conjeturas, pero recorriendo la producción impresa de estos años, aun cuando no faltan piezas un tanto cáusticas... otras no tienen punta de malicia...»<sup>589</sup>.

El triunfo liberal sobre la censura fue efímero, puesto que cuatro años más tarde, el 6 de septiembre de 1814, Fernando VII suscribe una Real Cédula, recogiendo la sugerencia del Consejo de Indias, para extender a América las medidas ya adoptadas en España, que prohibían la circulación de toda publicación que no hubiese sido revisada por los censores civiles y militares. Abascal hace pública la orden el 11 de marzo de 1815<sup>590</sup>. Se retornó así al control absolutista. A partir de entonces se multiplicaron los enfrentamientos entre la monarquía y la prensa madrileña, al punto que en mayo de 1815 Fernando VII llegó hasta la prohibición de la circulación de periódicos<sup>591</sup>.

---

<sup>588</sup>. - Extraído de VARGAS UGARTE, Rubén (1958): *Historia del Perú. Emancipación (1809-1825)*. Buenos Aires, Imprenta López, p. 116.

<sup>589</sup>. - *Ibidem*, p. 117.

<sup>590</sup>. - Cfr. MARTÍNEZ RIAZA, Ascensión (1982): *op. cit.*, p. 113.

<sup>591</sup>. - Cfr. VARILLAS MONTENEGRO, Alberto (2008): *op. cit.*, p. 118. La medida adoptada por Fernando VII fue justificada por el supuesto mal uso que se hacía de la imprenta, mediante los periódicos, dedicados a ofender a individuos y la dignidad de la nación.

Pocos años después, en octubre de 1820, fue aprobado en España un Decreto Regulador de la Libertad de Imprenta, un tanto más permisivo. Este fue conocido en Lima en mayo de 1821, cuando ya no podía tener impacto alguno, pues ya se habían desencadenado los sucesos que condujeron a la declaratoria de la independencia nacional, el 28 de julio de ese año.

De los datos aportados podemos colegir una suerte de péndulo en las normas sobre la libertad de imprenta, que unas veces eran severas en su propósito restrictivo y otras un tanto más permisivas. Ello era debido a la legislación regia sobre la materia, pero también a las posturas de los gobernantes del virreinato responsables de su aplicación. El ejercicio de la libertad de imprenta estaba claramente sometido a los propósitos políticos de las autoridades, pero en varias ocasiones fue con argumentos éticos que se pretendió legitimar su aplicación. El respeto a la buena fama de las personas, el evitar expresiones torpes e insultantes, así como la sátira penetrante, eran argumentos que parecían responder a fines moralizantes, antes que a sus verdaderos propósitos de control político de la población.

Ya desde aquellos tiempos aurales de la formación de la nacionalidad peruana, afloraron pues algunos de los principios que con el devenir del tiempo y el desarrollo de la ética periodística han ido sistematizándose en códigos deontológicos. El rechazo de la censura y las licencias previas para la impresión, la condena de los anónimos libelos y de los agravios contra el honor de las personas que en ellos se proferían, el reconocimiento del derecho del público a rectificar informaciones, la necesidad de la independencia material de los periódicos para garantizar su circulación, la preocupación incipiente por el honor y por el origen de las fuentes en la legislación, o el reclamo de límites en el ejercicio de la libertad de imprenta, constituyen los primeros atisbos en el Perú de una ética periodística en ciernes.

En cualquier caso, los espacios de libertad abiertos primero por el virrey Gil de Taboada, pero sobre todo por las Cortes de Cádiz, dieron lugar en el país a una prensa con un perfil propio y polémico. La libertad de imprenta proclamada en Cádiz fue un antecedente directo de lo que se ha dado en llamar la prensa doctrinal, que tanto tuvo que ver con el debate ideológico que precedió a la independencia nacional.

### V.3. Prensa Doctrinal. De la regulación colonial a la republicana

Los investigadores de la historia de la prensa en el Perú han denominado al período que transcurre entre 1811 y 1824, como el de la Prensa Doctrinal, marcada por el debate ideológico y político en torno de la república naciente y de sus horizontes futuros<sup>592</sup>.

Tras la aprobación de la Constitución de Cádiz, jurada en Lima el 2 de octubre de 1812, que consagró la libertad de imprenta —las mismas Cortes habían acordado la citada ley de imprenta de 1810<sup>593</sup>—, se abrió un espacio para la libre expresión y con ello para la impresión de publicaciones diversas, frecuentemente vinculadas con los ímpetus revolucionarios de los criollos, contrarios al absolutismo. La ley de 1810 establecía el derecho de todas las personas, de cualquier condición y estado, a escribir, imprimir y publicar sus ideas políticas, sin necesidad de licencias previas, ni revisión o aprobación alguna. En ese contexto no es difícil imaginar la ebullición de nuevos periódicos, ansiosos de explorar todas las posibilidades que la ley ofrecía.

Alberto Escobar, en una nota sobre revistas y periodismo doctrinario en el Perú, ha recordado una frase de Raúl Porras Barrenechea: “La colonia no tuvo periódicos”, y ha destacado el cambio profundo que a inicios del siglo XIX reflejó la aparición de una prensa capaz de cuestionar el poder colonial. Aquellos periódicos, mezcla entre el volante y la revista, constituyeron la prensa hoy conocida como doctrinaria<sup>594</sup>.

Para la mejor comprensión de este período de la prensa peruana hemos dividido su análisis en dos momentos. El primero es el que se produce en los años previos a la declaración de la independencia nacional, cuando destacan tres corrientes doctrinarias: los defensores de la vigencia de la Constitución de Cádiz, los seguidores de la

---

<sup>592</sup>.- Sobre este período del periodismo en el Perú puede consultarse en MARTÍNEZ RIAZA, Ascensión (1985): *La Prensa Doctrinal en la Independencia del Perú (1811-1824)*. Madrid, Ediciones Cultura Hispánica. Sobre el rol de la prensa en este período fundacional de la república puede consultarse también en MACERA, Pablo (1977): “*El periodismo en la independencia*”. En MACERA, Pablo: *Trabajos de Historia* (Tomo II). Lima, Instituto Nacional de Cultura, pp. 325-342.

<sup>593</sup>.- El decreto aprobado por las cortes fue fechado el 11 de noviembre de 1810.

<sup>594</sup>.- Cfr. ESCOBAR, Alberto (1986): “*Revistas y Periodismo Doctrinario*”. En ESCOBAR, Alberto (editor): *Antología General de la Prosa en el Perú. Del siglo XVIII al XIX* (Tomo II). Lima. Ediciones Edubanco, p. 41.



monarquía absoluta y los partidarios de la independencia. El segundo momento es posterior al establecimiento de la república y refleja ya el franco espíritu liberal dominante de aquellos años, propio del triunfo de los mentores de la independencia.

### V.3.1. Prensa constitucionalista, fidelista y patriota

Durante este período coexistieron tres tipos de prensa. Una *constitucionalista*, dispuesta a defender las libertades y los cambios promovidos por las cortes de Cádiz. Otra *fidelista*, que conservaba su lealtad a la corona española y al régimen virreinal. Y una tercera *patriota*, que se manifestaba claramente a favor de la independencia del Perú frente a España y por la instauración de una república<sup>595</sup>. La existencia de estas corrientes explica en gran medida las confrontaciones entre los periódicos y la exaltación y vehemencia con que se expresaban sus columnistas. En esos periódicos aparecen también por primera vez los denominados “remitidos”, suerte de cartas llenas de agravios e invectivas, dirigidas al director, generalmente con seudónimos que ocultaban la identidad de sus autores. Sobre esta modalidad de ataque al honor de las personas en la prensa nos ocuparemos más adelante.

Velaochaga, por su parte, ha distinguido dos etapas en lo que llama “la floración periodística peruana”, ocurrida en los inicios del siglo XIX. La primera desde 1809 hasta 1914<sup>596</sup>, producto de la acción de los liberales criollos. La segunda producida por los defensores de la insurgencia militar después de 1820. Los escritos publicados en aquellos periódicos, en el primer período, no buscaban la independencia nacional, aunque muchos de sus mentores hayan sido luego figuras prominentes en la lucha por la independencia. En esos primeros años se mostraban contrarios al absolutismo,

---

<sup>595</sup>.- Cfr. MARTÍNEZ RIAZA, Ascensión (1985): *op. cit.* Las tres categorías citadas son las que usa la autora para evaluar la postura de la prensa representativa de cada una de ellas frente a la sociedad liberal, la nacionalidad peruana y la organización del Estado.

<sup>596</sup>.- Algunos nombres de esa primera época, anterior a los ímpetus renovadores que desencadenaron la independencia patria fueron, por el lado conservador y realista, el *Semanario Crítico*, *La Gaceta de Lima* y *La Minerva Peruana* (ya mencionados), además de otros más esporádicos: *El Verdadero Peruano*, *Triunfo del Callao*, *El Triunfo de la Nación*, *El Depositario*, *El Censor Económico*, *El Semanario de Lima* y *La Cotorra*. Del bando liberal y hasta revolucionario, se cuentan el *Diario Secreto de Lima*, *El Argos Constitucional*, *El Cometa*, *El Investigador*, *El Peruano*, *El Peruano Liberal*, *El Satélite del Peruano* y *El Semanario*, entre otros. Todos ellos de diversa calidad, extensión, duración, periodicidad y méritos.

todavía en el control del poder, y ardorosos partidarios de una monarquía constitucional, de corte liberal.

Una primera publicación en este nuevo escenario fue el *Diario Secreto*, publicado entre el 1 y el 27 de febrero de 1811, antes de la publicación en Lima de la Ley de Imprenta. Fernando López de Aldana fue su autor y mantuvo un carácter beligerante, que por supuesto provocó la reacción de las autoridades virreinales. Su propuesta fundamental “estuvo centrada en la convocatoria a un cabildo abierto en el que habría de designarse un gobierno provisional que fuera representativo de los habitantes pero que cuidara de los intereses del rey Fernando VII”<sup>597</sup>.

Para entonces había también en Lima, como es de suponerse, una prensa oficialista. La *Minerva Peruana* era un exponente de ella. No obstante, tales serían los temores y el estado de crispación, que el 18 de septiembre de 1810 el impresor Guillermo del Río, editor de la *Minerva*, fue apresado, acusado de conspirar contra el régimen virreinal. Aunque luego él y los implicados fueron liberados, la *Minerva Peruana* desapareció de circulación. Fue sucedida, cuatro semanas después, por la *Gaceta del Gobierno de Lima*, cuyo explícito propósito era “fijar y dirigir la opinión pública”, de modo de constituir una “barrera fuerte” ante los planes de “la sedición y el engaño”, lo cual se traduce en explicables condenas a los movimientos insurreccionales en el resto del continente. Esta postura fue contestada desde el citado *Diario Secreto*, que la consideraba insufrible, insulsa y ridícula, con “el sello del despotismo y de la esclavitud espirante”, al mismo tiempo que condenaba la actitud de Abascal de retrasar y entorpecer la vigencia de la Ley de Imprenta de 1810.

El ya citado López de Aldana publicó también por aquellos años *El Satélite del Peruano*, que fuera clausurado y requisado por el virrey Abascal sólo al llegar a su cuarta edición, al mismo tiempo que su director era apresado, para luego huir con destino final en Chile. El 8 de septiembre de 1811 vio la luz otro periódico liberal: el bisemanario *El Peruano*, orientado por Guillermo del Río y Gaspar Rico y Angulo, quien fuera apresado y deportado a España, tras ser varias veces acusado por el Virrey y señalado como autor de libelos difamatorios.

---

<sup>597</sup>.- VARILLAS MONTENEGRO, Alberto (2008): *op. cit.*, p. 134. Fernando López de Aldana (1784-1841) centró más sus ataques en la gestión del virrey Abascal que en el régimen colonial.

Rico y Angulo fue, según lo describen los historiadores de la prensa, un personaje voluble desde el punto de vista ideológico. Liberal a ultranza al frente de *El Peruano* y converso absolutista a su retorno del destierro en España. En 1812 fue acusado ante la Junta de Censura —prevista por el decreto sobre libertad de imprenta de 1810, expedido por las Cortes de Cádiz— por 77 ciudadanos que, presentaron como prueba 54 ejemplares de *El Peruano*. La Junta sólo consideró objeto de delito dos de ellos, uno en que se cuestiona la ciudadanía española del militar y comerciante Pedro Abadía, y otro en el que se habrían formulado ataques contra los principios en que se sustentaba el régimen monárquico. Contestó las acusaciones en el mismo periódico, el 9 de junio de 1812, denunciando una campaña calumniosa e intrigante en su contra. El 23 de junio de ese año la Audiencia de Lima ordena su detención, para ser finalmente enviado a Cádiz bajo partida de registro, detenido en verdad. En España Rico denunció los abusos de Abascal contra la libertad de imprenta. Su caso fue allí sobreseído por falta de pruebas y fue puesto en libertad el 13 de marzo de 1813. Retornado al Perú ese mismo año, se mantuvo desde entonces al margen de situaciones comprometidas, procurando la simpatía de las autoridades virreinales y defendiendo con vehemencia la causa realista. Murió en 1825 en el sitiado castillo del Real Felipe, en el Callao<sup>598</sup>.

En oposición a *El Peruano* de Rico y Angulo, el virrey Abascal auspició *El Verdadero Peruano*, que tuvo un tono más oficialista en sus inicios. En las páginas de este periódico escribió un ubicuo periodista de la época: el religioso José Joaquín de Larriava (1780-1832). Fue una pluma activa del régimen realista hasta 1820, cuando pasó al sector partidario de la independencia, donde tuvo aún más relieve, a la caída del régimen colonial. Larriava puede ser considerado como un periodista de dudosa conducta ética. De él ha dicho Porras Barrenechea que “servía al Rey y a la Patria, a un mismo tiempo, sin comprometerse”. A su nombre se pagaban las suscripciones que de favor tomaba el estado. Establecida ya la república cumplió para ésta los mismos servicios y con igual tesón que para el régimen colonial. Editó *El Observador* por encargo de Bolívar, “...el tono adulador del periódico delataría la presencia en él de Larriava, pues este movido clérigo en tan solo una docena de años había adulado

---

<sup>598</sup>.- Cfr. MARTÍNEZ RIAZA, Ascensión (1982): *op. cit.*, pp. 130-131.

sucesivamente a Abascal y a las tropas realistas y a San Martín, Bolívar y Sucre con la misma facilidad con que luego hizo escarnio de ellos”<sup>599</sup>.

Abascal era consciente de la importancia de la prensa y de su influencia en difíciles circunstancias, en que por toda América se alzaban voces libertarias. Sólo toleraba, por ello, las publicaciones afines al régimen colonial las que, como en todo tiempo y lugar, gozaban de los favores oficiales, en tanto las publicaciones opositoras eran acosadas o clausuradas y sus mentores apresados, perseguidos o desterrados.

El virrey Abascal dejó el mando supremo en 1816. Ya para entonces el avance libertador, desde los dos grandes focos independentistas, la Gran Colombia y la Argentina, parecía irrefrenable. Los partidarios de la independencia fueron en aumento y con ellos algunas publicaciones patriotas, limitadas a la difusión de proclamas y gacetillas clandestinas. Lima y el Perú eran el centro del poder colonial en Sudamérica y desde sus entrañas salían los ejércitos con jefes, oficialidad y tropa peruana, que marchaban al resto del continente para el sostenimiento del orden monárquico. En Lima y el resto de ciudades del Perú sólo era posible la conspiración y el colaboracionismo oculto con el ejército libertador.

No obstante, el propio ejército del general José de San Martín iba a su paso publicando el *Boletín del Ejército Libertador*, aparecido entre 1820 y 1821, y el *Boletín del Ejército Unido Libertador del Perú*, redactado por Bernardo Monteagudo<sup>600</sup>,

---

<sup>599</sup>.- VARILLAS MONTENEGRO, Alberto (2008): *op. cit.*, p. 201. Una prueba evidente de la conducta de Larrija la aporta Felipe Barreda. Este autor cita un discurso del periodista pronunciado el 30 de abril de 1819: «Han perdido enteramente el horror a los delitos a fuerza de cometerlos: en Maipú han cometido un horrible atentado. Todo anuncia tristeza, duelo y sentimiento. Pero me parece poco todavía para explicar un dolor que debe ser tan agudo y tan acerbo... Sangre preciosa que circulaste por las venas de tantos esforzados españoles y que fuiste derramada para saciar la sed de los caníbales de América! No hay abismos en la tierra para confundir a esos malvados?». Pocos años después, en 1826, el mismo personaje peroraba un encendido elogio a Simón Bolívar, quien había liberado a la patria, según su dicho, del “yugo del despotismo”, de tal modo que su nombre era «voz prodigiosa que no podía jamás ser pronunciada sin que la imaginación se perdiera entre lo maravilloso y lo sublime, y sin que se sintiese el corazón agobiado con el peso de un beneficio inmensurable». BARREDA LAOS, Felipe (1937): *Vida intelectual del Virreinato del Perú*. Buenos Aires, Talleres Gráficos Argentinos L.J.Rosso, pp. 365-366.

<sup>600</sup>.- Monteagudo estaba convencido de la importancia de la prensa, al punto que en carta dirigida al militar chileno Bernardo O’Higgins, confesaba poco antes del ingreso a Lima del ejército de San Martín que, hasta ese momento, todo se había hecho con la pluma, al poner a la opinión pública a favor de la causa de la independencia. No obstante, el mismo Monteagudo, ya

también fechado en el mismo bienio. De aquellos años data también *El Pacificador del Perú*, considerado por Gargúrevich como el primer periódico de doctrina del país, elaborado por los patriotas entre el 10 de abril y el 1 de septiembre de 1821. Pero en ese período de transición, que marca el fin del colonialismo y el inicio de la república —la independencia fue proclamada por José de San Martín el 28 de julio de 1821—, uno sería “el periódico por excelencia de los patriotas”, según Gargúrevich: *Los Andes Libres*. En él escribieron algunas de las figuras más prominentes de la lucha por la independencia y su publicación se prolongó hasta fines de ese año cuando le sucedió *El Correo Mercantil Político y Literario de Lima*, aparecido entre diciembre de 1821 y febrero de 1824<sup>601</sup>.

### V.3.2. Proclamación republicana de la libertad de imprenta

Entre tanto, San Martín<sup>602</sup> había dictado ya un Estatuto Provisional, el 8 de octubre de 1821, en cuyo artículo cuarto proclama ya la libertad de imprenta, “bajo las reglas que se prescribirán por separado”. En efecto, cinco días más tarde, el 13 de octubre del mismo año, el libertador expide la primera norma peruana sobre libertad de prensa, que desterraba definitivamente del ordenamiento jurídico peruano la censura previa. El decreto destacaba la libertad de imprenta, en su parte considerativa, como una revolución benéfica que había acrecentado la civilización de los pueblos. Su Protectorado reconocía así “el derecho que tienen todos los hombres de pensar, de hablar y de escribir”. Pero, al mismo tiempo que concedía “la libertad de manifestar públicamente su opinión a todo individuo”, consideraba “necesario impedir su licencia, y evitar que el abuso de aquel arma la convierta, en manos del sedicioso y del perverso en un instrumento de desorganización y venganzas”, y procuraba poner “a cubierto de los tiros de la calumnia la propiedad más augusta del hombre, que es su honor...”<sup>603</sup>. Como puede observarse, se plantea ya en esa primera norma el antiguo conflicto, permanente objeto de tratamiento ético, entre la libertad de expresión y el derecho al honor. Fue aquella también la primera expresión formal en la legislación republicana

---

como ministro de San Martín, fue implacable ante cualquier atisbo de disenso desde la prensa. VARILLAS MONTENEGRO, Alberto (2008): *op. cit.*, p. 173 y 176.

<sup>601</sup>.- Cfr. GARGÚREVICH, Juan (1991): *op. cit.*, pp. 51 a 54.

<sup>602</sup>.- José de San Martín fue el primer gobernante del Perú independiente. La relación completa de los presidentes del Perú está consignada en el Anexo N° 30.

<sup>603</sup>.- DE LA PUENTE CANDAMO, José Agustín (1993): *Historia del Perú* (Tomo VI). Lima, Brasa, p. 341.

que alude a la libertad de imprenta como garantía para manifestar públicamente la opinión, y la primera vez también en que la ley peruana usa el término honor, describiéndolo además como la propiedad más augusta del hombre.

En su parte resolutive la norma establecía que todo individuo “puede publicar libremente sus pensamientos sobre cualquier materia, sin estar sujeto a ninguna previa censura, aprobación o revisión”. No obstante, anunciaba castigo en proporción a la ofensa a quien “atacare en algún escrito los dogmas de la religión católica, los principios de la moral, la tranquilidad pública, y el honor de un ciudadano”. El difamador debía probar sus afirmaciones y, en caso contrario, sería responsable de los perjuicios causados al injuriado, recibiendo castigo “con la severidad que merezca la calumnia”, y quedando “obligado a hacer imprimir a su costa la sentencia, y distribuirla a satisfacción de su adversario”. Una serie de conceptos repetidos hasta nuestros días en las normas legales y en los códigos deontológicos encontraron ya amparo desde entonces.

La norma estableció también una Junta compuesta por 18 miembros “de probidad e ilustración”, nombrados por la Municipalidad, bajo la denominación de Junta Conservadora de la Libertad de Imprenta. Señaló también el procedimiento a seguirse ante la Junta, creando una doble instancia y la posibilidad de recusar miembros. Asimismo, fijó en tres el número de votos que bastaban para liberar de responsabilidad al procesado<sup>604</sup>. Esa Junta no era un tribunal compuesto por jueces sino una instancia ciudadana, en la que puede encontrarse ya algunos atisbos de lo que contemporáneamente son las comisiones de quejas de los consejos de prensa.

El Decreto de San Martín sobre libertad de imprenta, a nuestro entender, fue permisivo y respondió a los ímpetus liberales de aquellos años aurales de la república. La Junta establecida para conocer los procesos por violaciones de la libertad de imprenta no era un tribunal ético, pero se le parecía. Aquí algunas evidencias:

- a) Los procesos no se seguían en los tribunales ordinarios, sino ante una Junta de figuras respetables, designadas por el Municipio.

---

<sup>604</sup>. - El texto íntegro del Decreto puede ser consultado en el Anexo N° 4 de esta Tesis.

- b) En caso de hallarse responsabilidad en el imputado, éste podía apelar a una segunda instancia en la misma Junta. En cualquiera de éstas, bastaban tres votos de los dieciocho integrantes para exonerarlo de responsabilidad.
- c) Los juicios no eran de derecho y los juzgadores debían pronunciarse sobre principios éticos y no sobre conductas típicas señaladas en la ley penal.
- d) Sus integrantes no tenían más mérito para integrar la Junta que su probidad.
- e) La sanción establecida en la propia norma, según la cual el difamador debía publicar a su cuenta la resolución condenatoria, a satisfacción del agraviado, era también una sanción moral antes que penal.

Si bien la independencia del Perú fue proclamada por el libertador San Martín el 28 de julio de 1821, la emancipación sólo fue alcanzada en 1824 tras las victorias militares de Simón Bolívar en Junín y de Antonio José de Sucre en Ayacucho, donde los ejércitos realistas se habían replegado tras abandonar Lima sin combate. San Martín se retiró del Perú en 1823, en medio de las críticas de quienes lo acusaban de querer convertirse en monarca. Fue Bolívar el responsable de completar la obra emancipadora. Él creía firmemente en el poder de la prensa para generar una opinión pública favorable a su causa. Por eso fundaba periódicos a su paso por todos los confines donde se libraba la lucha por la independencia, asignando tanta importancia a los recursos bélicos como a la imprenta<sup>605</sup>.

#### V.4. Prensa en la república. La tolerancia de la ley de imprenta de 1823

El 12 de noviembre de 1823, bajo la presidencia de Bernardo Tagle, se dictó en el Perú la llamada ley de imprenta, que reguló por más de cien años el ejercicio de la

---

<sup>605</sup>.- De hecho adquirió la primera de ellas en Inglaterra en 1811. Cfr. GARGÚREVICH, Juan (1991): *op. cit.*, p.56. Bajo la inspiración del libertador fueron creados en el Perú la *Gaceta del Gobierno* y el diario *El Peruano*, en Lima; *La Estrella de Ayacucho*, en Arequipa; *El Centinela en Campaña*, en Huamanga, además del *Boletín del Ejército Unido*. Algunos otros periódicos publicados en esos días iniciales de la república fueron *El Sol del Perú*, *La Cotorra*, *La Abeja Republicana*, *El Brujo*, *El Loro*, *El Loquero*, *El Católico*, *El Imparcial*, *El Diario de Lima*, *El Tribuno de la República*, *El Investigador Resucitado*, *El Vindicator*, *El Corneta de la Guerra*, *El Lince del Perú*, *El Nuevo Día del Perú*, *El Sol del Cuzco*, *El Republicano*, *Nuevo Planeta del Perú*, *El Hombre Libre del Perú* y *El Tribuno de la República Peruana*, entre otros. La citada *Gaceta del Gobierno* contiene las normas emitidas durante el gobierno bolivariano en el Perú. Cfr. FUNDACIÓN EUGENIO MENDOZA (1967): *Gaceta del Gobierno del Perú. Período de Gobierno de Simón Bolívar* (III Tomos). Caracas. Prólogos por Cristóbal L. Mendoza y Félix Denegri Luna. Explicación preliminar por Pedro Grases.

libertad de imprenta, consagrada en la constitución de ese mismo año. La ley tenía un carácter tolerante. En concordancia con el espíritu liberal de la época suspendió los pedidos previos de licencia para imprimir, reservándolos exclusivamente para las publicaciones de tipo religioso. La ley de imprenta promulgada por Tagle seguía así la senda ya abierta por el citado decreto sobre la misma materia, dictado por San Martín, repitiendo en lo sustancial sus conceptos aunque con mayor detalle y prolijidad<sup>606</sup>.

La ley sólo consideró como abusos de la libertad de imprenta la publicación de máximas o doctrinas contrarias a la religión o a la constitución política; la excitación a la rebelión o a la perturbación de la tranquilidad pública; la incitación a desobedecer la ley o a la autoridad legítima; los escritos obscenos o contrarios a las buenas costumbres; y las injurias con libelos que afecten la vida privada, el honor y la buena reputación de las personas. Todos estos aspectos siguen siendo abordados por las legislaciones contemporáneas y están abundantemente recogidos en los códigos deontológicos del periodismo.

Aunque los periódicos y los periodistas de la época no tenían códigos deontológicos ni disponían de otros mecanismos de autocontrol, ya los grandes principios de la ética periodística estaban señalados en las leyes sobre la materia. Llama la atención cómo, a la vuelta de casi dos siglos, los conflictos éticos en la prensa guarden tanto parecido con los de aquellos tiempos.

#### V.4.1. Sistema de jurados

La norma estableció un sistema de jurados, sustituido en sus funciones por los jueces ordinarios entre 1855 y 1861<sup>607</sup>, cuando los jurados son nuevamente

---

<sup>606</sup>.- El texto íntegro de la citada ley del 12 de noviembre de 1823 puede encontrarse en el Anexo N° 5 de esta tesis.

<sup>607</sup>.- Resulta anecdótico mencionar otra interrupción de la Ley de Imprenta de 1823, durante el brevísimo paso por la presidencia de la república del general Juan Crisóstomo Torrico (1808-1875), entre el 18 de agosto y el 17 de octubre de 1842. Tras una insurrección militar, emitió un decreto que prohibía la publicación de toda información que tuviera carácter político. El diario *El Comercio* fue incluso suspendido en su publicación por burlar la orden. Por cierto, el 31 de octubre del mismo año el régimen que lo sustituyó declaró mediante otro decreto nulo y sin ningún valor todo lo dictaminado por Torrico. Este personaje ya había tenido un incidente con la prensa, antes de asumir el mando supremo. Atacado en *Lima libre*, amenazó con azotar al impresor José María Concha y a los editores. La casa de uno de estos, Mariano Alejo Álvarez,



restablecidos. El modelo de jurados, que reemplazó a las Juntas decretadas por San Martín en 1821, disponía que siete jueces de hecho, seleccionados de una lista aportada por cada municipio, determinaban si se iniciaba o no un proceso contra los infractores de la ley. Con la aprobación de este jurado podía pasar el caso a un juez de derecho para la instrucción respectiva y su presentación al jurado descrito, para la resolución del caso. Dos votos eran suficientes para la absolución y sólo con voto unánime procedía la condena. Se trató, como puede colegirse de estos datos, de un instrumento poco útil para refrenar los excesos en el ejercicio de la libertad de prensa.

La Ley también dispuso el nombramiento, cada dos años, de una Junta Conservadora de la Libertad de Imprenta que debía reportar al Congreso de la República sobre el perfeccionamiento de la ley, las quejas de autores y editores, el estado de la libertad de imprenta, las causas instauradas por infracciones a la ley, y la publicación de las sentencias en torno de los abusos de la libertad de imprenta.

Sobre esta norma Basadre ha dicho:

«La ley de imprenta no cumplió su misión reguladora y moderadora. El jurado en sí, tratándose de este tipo de acciones judiciales, no era condenable en principio; pero tal como apareció constituido, en demasiados casos resultó inoperante. La simple iniciación de un juicio convirtió a los autores o editores de los impresos perseguidos en víctimas a las que rodeó muchas veces la simpatía popular. La exigencia de la unanimidad de los votos para condenar favoreció la impunidad. Muchas veces los jueces de hecho procedieron sin conocer bien el contenido de la ley; y a menudo se dejaron llevar por las pasiones del momento, hostilizando a los acusados o, por el contrario, amparando cínicamente escritos que eran francos anticipos o partes integrantes de conspiraciones y rebeliones. La junta conservadora de la libertad de imprenta no funcionó. Algunos gobiernos autoritarios, como los de Bolívar, Santa Cruz y Vivanco, impidieron de hecho el ejercicio de la prensa de oposición; los más, en el siglo XIX, incluyendo algunos que fueron enérgicos en muchos aspectos de

---

fue asaltada. Cfr. BASADRE, Jorge (2005): *Historia de la República del Perú* (Tomo IV). Lima, Empresa Editora El Comercio, p. 74. La versión original de esta obra fue publicada en 1939.

su acción como el primero de Gamarra y los de Castilla, Manuel Pardo o Cáceres, le permitieron hasta dejar que llegara a extremos que a veces parecen inverosímiles. Salvo en aisladas etapas, el Perú gozó la fama de tener el periodismo más soez en el continente durante el siglo pasado (el autor se refiere al siglo XIX). El país vivió entre el libertinaje y el amordazamiento de la imprenta»<sup>608</sup>.

El mismo Basadre ha recordado la postura de Nicolás de Piérola, a fines del siglo XIX, en la Declaración de Principios de su Partido Demócrata. El caudillo popular, que ejerció también la presidencia del Perú, condenaba entonces esas “hojas diarias impresas” que, con el título de periódicos, fundaban su existencia “en el ataque a la honra ajena, descendiendo hasta las intimidades de la vida privada”. Denostaba Piérola de esa ley denunciando que “no tuvo pena alguna para delito tan feo; el rarísimo hombre público que acudió a ella en desagravio de la justicia y de la sociedad herida de muerte, no cosechó sino la burla de los jueces y la conmiseración de los que le veían apelar a medio tan inútil...” Piérola condenaba así la ley de imprenta de 1823 y la inoperancia de los jurados creados por ella, así como el daño causado a la población, habituada ya a la falsedad y al agravio a la reputación ajena. La ley de 1823 facilitaba el anonimato, pues las denuncias presentadas ante la Junta no solían llegar a conclusiones precisas. Esta inoperancia de la norma habría favorecido la aparición frecuente de hojas sueltas anónimas, plagadas de insultos, que circulaban ilimitadamente forzando la sucesiva aparición de réplicas y dúplicas.

Los dilemas éticos de la prensa peruana, y en particular la demanda de respeto por la intimidad y el honor de las personas, no son pues sólo inquietud de nuestro tiempo. Las frases de Piérola y las reflexiones de Basadre podrían ser también repetidas contemporáneamente, cuando se visten de periodismo prácticas que desmerecen la naturaleza de esta profesión y la convierten en mero oficio, desprovisto de valores éticos e incluso estéticos<sup>609</sup>.

---

<sup>608</sup>.- BASADRE, Jorge (2005): *Historia de la República del Perú* (Tomo I). *op. cit.*, p. 88.

<sup>609</sup>.- A Piérola, sin embargo, se le ha acusado de una grave falta ética en el ejercicio del periodismo, en el que se interesó antes de su definitiva consagración a la política. Él no habría tenido reparo en recibir una asignación mensual de 700 pesos, a cambio de que el diario *El Tiempo*, del que fue propietario, apoyara al gobierno del presidente José Antonio Pezet. Cfr. CONGRAINS MARTIN, Eduardo (1973): *Desmitificación de Piérola*. Lima, Ecoma.

Cabe destacar también que las sucesivas constituciones del Perú siempre reservaron apartados para la protección de la libre expresión. Sería ocioso hacer un análisis al respecto, pues excedería nuestro propósito en este epígrafe, cual es el de señalar los criterios éticos presentes en la legislación sobre la prensa. A falta de códigos éticos en el período bajo estudio, pueden encontrarse principios éticos y procedimientos de solución de conflictos con la prensa que se mueven entre el campo ético y el jurídico.

El mayor hito del periodismo peruano, en los días iniciales de la república, fue la aparición de la *Abeja Republicana*. Pese a su corta existencia: entre el 4 de agosto de 1822 y el 7 de junio de 1823, la influencia de este periódico fue notable en la defensa del sistema republicano y en la oposición al establecimiento de una monarquía constitucional. El espíritu combativo y republicano de la *Abeja* se evidencia en las primeras notas de su primera edición, de prospecto:

«Convencidos de que el mejor medio para contener a los déspotas y para dirigir la opinión de los ciudadanos es la imprenta nos hemos propuesto dar a luz un periódico, en el que jamás tendrán lugar la adulación ni la mentira. Si por desgracia hemos experimentado durante el año de nuestra regeneración política todos los horrores del despotismo, debidos exclusivamente al ex ministro don Bernardo Monteagudo; estamos firmemente persuadidos de haber contribuido en parte al silencio de nuestros escritores, cuya lengua encadenó desde el principio este magistrado. Nada temen más los déspotas que la imprenta libre. No puede haber verdadera libertad sino en los países donde el hombre comunica sus ideas con la misma franqueza que las concibe...»<sup>610</sup>

---

<sup>610</sup>.- PETROPERÚ (1971): *La Abeja Republicana*, edición facsimilar. Lima, Ediciones Copé. Prólogo y Notas de Alberto Tauro, pp. 1-2. Era usual, por aquel entonces, que las publicaciones presentaran antes de su primera edición un prospecto, en el que hacían una declaración de sus principios y propósitos. El argentino Bernardo Monteagudo fue estrecho colaborador del libertador San Martín en el gobierno del Perú durante su protectorado, ejerciendo el Ministerio de Guerra y Marina y luego el de Estado y Relaciones Exteriores. Fue duramente censurado por sus contemporáneos por su ejercicio arbitrario del poder. Fue asesinado en el Callao el 28 de enero de 1825.

#### V.4.2. Primeros periódicos republicanos

La *Abeja Republicana* se editó inicialmente dos veces por semana, luego se hizo cada siete días. Entre tanto, en el Callao las huestes monárquicas todavía subsistentes, publicaron periódicos bajo los títulos ya mencionados de *El Triunfo* y *El Desengaño*. Desde sus páginas se profirieron insultos y agravios contra los patriotas. Un claro ejemplo de ello es también el encono con el que actuaron *El Depositario* y *El Nuevo Depositario*. El primero dirigido por Gaspar Rico y Angulo y el segundo por José Joaquín Larriva<sup>611</sup>, ambos ya mencionados en esta tesis por sus conductas sinuosas en el ejercicio del periodismo. Tal vez podría decirse de esta etapa fundacional del periodismo peruano, en los albores de la república, que estuvo signada tanto por el debate entre monarquistas y republicanos, como por la firme creencia en los beneficios de la libertad de imprenta, que fue el marco en el que se fundaron y sucedieron numeroso periódicos de la época.

Otro referente importante en la evolución del periodismo peruano está constituido por la fundación del diario *El Peruano*, por mandato del Libertador Simón Bolívar. Llegado el Libertador al Perú, tras la partida del general San Martín, aquél usa intensamente de los medios impresos como recurso para la propaganda y la generación de adhesiones, que contribuyan a la consolidación de la independencia americana, que recién se alcanzaría en plenitud en 1824 en las batallas de Junín y Ayacucho. El diario *El Peruano* aparece por vez primera un 22 de octubre de 1825, según las más recientes

---

<sup>611</sup>.- Carlos Cornejo se ocupa de los enfrentamientos producidos entre periódicos realistas y patriotas. Resulta pintoresca la casualidad de que ambos personajes hayan sido conversos, políticamente hablando. El primero fue un liberal considerado peligroso por las autoridades virreinales. Pronto cambió su signo ideológico y escribió con virulencia y procacidad a favor del régimen absolutista. Larriva, en cambio, de fervoroso partidario de la monarquía evolucionó a escriba de la prensa patriótica. Rico, desde *El Depositario*, orquestó «...una campaña de desprestigio contra San Martín, Bolívar, Riva Agüero y otros patriotas. Para hacerlo recurrirá comúnmente al empleo de documentos apócrifos o falseados para su difamación. San Martín fue objeto de su furia, atacándolo por su política e identificación como fracmasón y de estar contra el catolicismo. Lo mismo hizo contra Riva Agüero acusándolo de “ocioso”, “corrompido en sus costumbres” y “peligroso”...» Larriva, desde *El Nuevo Depositario* no ahorró sátiras y sarcasmos para condenar a Rico y Angulo. En sus páginas se presentó la que se considera la primera caricatura de la prensa peruana, en la que se ridiculiza la imagen de Rico. CORNEJO QUESADA, Carlos (2007): “*El laberinto y primavera del periodismo peruano independentista*”. En *Cultura*, N° 21, Asociación de Docentes de la Universidad de San Martín de Porres, pp. 229-277. La cita textual está tomada de la página 247.

investigaciones al respecto<sup>612</sup>, que echan por tierra la versión hasta hace poco aceptada de que su primer ejemplar circuló recién el 13 de mayo de 1826. Este es el diario en circulación más antiguo de América Latina y es seguido por el *Diario de Pernambuco*, en Brasil, fundado el 25 de noviembre de 1825.

Luego de la partida de San Martín e instaurado el régimen bolivariano, éste buscó también con ahínco el apoyo de la prensa. No obstante, los aprestos militares y las sucesivas ocupaciones de Lima por realistas y patriotas redujeron a su mínima expresión las publicaciones periódicas. Las que se editaron entonces mantuvieron una postura menos agresiva frente al Libertador caraqueño, en comparación con la que habían tenido contra San Martín. Bolívar y sus ejércitos eran ya la última esperanza de consolidar la independencia nacional. Herbert Morote cree, sin embargo, que la docilidad de la prensa frente a Bolívar se debe a la actitud intimidatoria del Libertador, que en la práctica habría impedido el ejercicio de cualquier prensa de oposición. Hasta antes de la llegada de Bolívar al Perú, tanto San Martín como la Junta Gubernativa presidida por La Mar habían sido tolerantes con la crítica. Llegado Bolívar al Perú ese panorama cambió.

«La obsesión por mantener incólume su imagen, unida al desparpajo más absoluto por las formas, hizo que ordenase la publicación de artículos sugeridos en detalle por él para que fuesen firmados por algunos de sus incondicionales»<sup>613</sup>.

---

<sup>612</sup>.- Cfr. ARRAMBIDE CRUZ, Víctor (2006): *El verdadero origen. La historia del Diario Oficial El Peruano (1825-1827)*. Lima, Editora Perú. Este diario, fundado por el libertador Simón Bolívar, tuvo por nombre inicial *El Peruano Independiente*. Luego, tras una breve ausencia, quedó sin apellido, sólo como *El Peruano*. Años después, en función de los cambiantes criterios de los gobernantes de turno, llevó por nombre, sucesivamente, *El Conciliador*, *El Redactor*, *La Gaceta de Gobierno*, y *El Eco del Protectorado*. Sobre los medios oficiales del gobierno puede consultarse también en GARGÚREVICH, Juan (2006): “*Perú, medios del Estado y gobierno. Recorrido Histórico*”. En *UNIrevista*, vol. 1, N° 3. Recuperado el 8 de agosto de 2008 en: [http://www.unirevista.unisinos.br/pdf/UNIrev\\_Gargurevich.PDF](http://www.unirevista.unisinos.br/pdf/UNIrev_Gargurevich.PDF).

<sup>613</sup>.- MOROTE, Herbert (2007): *Bolívar: Libertador y enemigo N° 1 del Perú*. Lima, Jaime Campodónico Editor, p. 92. El autor destaca, citando cartas de Bolívar a uno de sus colaboradores, las formas poco edificantes mediante las cuales pugnaba por enaltecer su figura en la prensa, dictando artículos laudatorios que luego eran firmados por sus subalternos o gestando periódicos privados con dineros públicos. También puede consultarse en MOROTE, Herbert (2003): *El Militarismo en el Perú. Un mal comienzo 1821-1827*. Lima, Jaime Campodónico, pp. 141-145.

Por cierto que la manipulación de Bolívar, a través de la firma de sus textos por terceros, era también una falta ética que no admitiría hoy un auténtico profesional del periodismo.

#### V.5. De la prensa doctrinal a la partidaria. El periodismo virulento

Completada la obra libertadora de Bolívar, y tras su partida del Perú, se inician tiempos inciertos para el país. En medio de breves períodos de estabilidad, la joven república se debatió en largas disputas entre caudillos civiles y militares, entre asonadas y montoneras, y pasiones desbordadas. Ello explica en gran medida la intolerancia de la prensa de aquellos días y la reacción violenta de los precarios ocupantes de un poder público huidizo y efímero. En ese contexto se dicta el 17 de diciembre de 1826 un Reglamento Provisional de Imprenta, que pretende reglamentar la Ley de Imprenta ya comentada, de 1823, aunque endureciendo algunos de sus términos.

«El Reglamento Provisional de la Imprenta, promulgado el 17 de diciembre de 1826 por el Consejo de Gobierno presidido por Santa Cruz cuando ya Bolívar se había alejado del Perú, definió los abusos de ella, fijó rígidas normas para su calificación, así como para la denuncia y la sanción respectivas y reprimió las sátiras contra las disposiciones gubernamentales. El autor de un escrito subversivo podía ser castigado con seis años de prisión»<sup>614</sup>.

Diversas facciones pugnan por ganar la aprobación de la opinión pública a través de la prensa. Esta inestabilidad se prolongará hasta el franco establecimiento de partidos políticos, en la década de los sesenta del siglo XIX.

Basadre se refirió al periodismo de aquellos años en términos duros:

---

<sup>614</sup>.- BASADRE, Jorge (2005): *Historia de la República del Perú* (Tomo I), *op. cit.*, p. 184. En aplicación de estas normas el fiscal del Congreso, por acuerdo adoptado en junio de 1828, “promovió juicio contra los periódicos *Mercurio Peruano* y *Atalaya* por sus ataques al mencionado Poder del Estado”. *Ibidem*, p. 263.

«Como espejos rotos o fragmentarios que se pasearan por la realidad nacional, los periódicos de la época fueron desde las más abstrusas divagaciones de aislados ideólogos hasta la más desenfadada, mendaz y popular procacidad... No tenían crónicas o gacetillas en el sentido moderno sino exponían opiniones, copiaban documentos, daban noticias escuetas e insertaban escasos avisos o ninguno. Escribían para ellos desde altos personajes de la política que ocupaban ministerios o posiciones directivas en el Parlamento o en la vida intelectual, hasta grafómanos, demagogos y aprovechadores de toda jaez»<sup>615</sup>.

Pero la prensa de esa larga transición no respondió sólo a los dictados de los caudillos de turno y a los de sus opositores. Aunque fue una prensa de menor calidad de contenidos, respecto del periodismo doctrinario, es justo admitir que incorporó temáticas y servicios específicos, en consecuencia con la evolución del periodismo a nivel internacional<sup>616</sup>.

En medio de esa vorágine periodística hubo también un conjunto de periódicos dedicados al agravio o la adulación. De este tipo son *El Hijo de su Madre*, *Los Coscorrones de la Pluma*, *La Cotorra con Cartas de Otro Mundo*, *El Cernícalo persiguiendo a la Cotorra*, *El Papagayo Hablador*, *El Primo del Papagayo*, *El Suplefaltas del Papagayo*, *El Verdadero Primo del Papagayo*, *El Descubridor*, *El Periódico Eventual*, durante el segundo gobierno de La Mar (1827-1829). A estos le sucedieron otros durante el gobierno de Gamarra (1829-1833): *El Monitor Peruano*, *El Observador Imparcial*, *El Moscón Peruano*, *El Mapa Literario de Lima*. “La cantidad y

---

<sup>615</sup> .- BASADRE, Jorge (1961). *Historia de la República del Perú* (Tomo II). Lima, Ediciones Historia, p. 642.

<sup>616</sup> .- A ello se ha referido Gargúrevich: «Debe añadirse que la partida de Bolívar marcó también el fin de la etapa del periodismo puramente doctrinal, de opinión. Los nuevos diarios ofrecen guías comerciales, datos de aduanas, barcos, fiestas religiosas, tratando de ser atractivos. Resultan difíciles de clasificar, pues pasarán todavía casi cincuenta años para que sean claramente distinguidos como “partidarios”». GARGÚREVICH, Juan (1991): *op. cit.*, p. 64. Entre 1827 y 1939 se puede distinguir un período de transición, con periódicos siempre interesados en la cuestión política, en donde destacan algunos voceros como *El Mercurio* y *El Telégrafo*. El primero fue conservador y circuló entre 1827 y 1834 y luego de junio de 1839 a enero de 1840. El segundo, en cambio, fue liberal y circuló entre 1827 y 1829. Otros periódicos aparecidos en el período fueron *La Prensa Peruana* (1828-29), *La Miscelánea* (1830-33), *El Conciliador* (1830-34), *La Floresta* (1831), *El Centinela de la Libertad* (1831), *La Verdad* (1832-33), *El Telégrafo de Lima* (1832-39), *Crónica Política y Literaria* (1827), *El Penitente* (1832-34) *Los Clamores del Perú* (1827), *La Patria en Duelo* (1827), *El Rebenque* (1841), *El Genio del Rímac* (1834-35).

la virulencia de insultos contra doña Francisca Gamarra, Agustín Gamarra y Pando no tuvo límites”, ha recordado Basadre. Estos ataques contra la esposa del presidente, contra él mismo y sus colaboradores tenían también un trasfondo que denuncia el Historiador de la República: “En el odio a los primeros no dejaron de influir motivos racistas y locales; el cuzqueño Gamarra fue ‘Su Majestad Guatanaica’”<sup>617</sup>, aludiendo así a la presencia de rasgos indígenas en su fisonomía. El racismo en los medios de comunicación hacía ya su aparición y sigue constituyendo en nuestros días una de las grandes preocupaciones de la ética periodística.

San Cristóbal, refiriéndose a la década de los treinta del siglo XIX, y a los años en que gobernó el Perú el mariscal Orbegoso (1833-1835), se expresa también en términos desalentadores:

«Las hojas eventuales se sucedían unas a otras, y por sus dicterios, lindan con el pasquín. No se respeta la honra de nadie y lo que se busca es el escándalo para alborotar más el ambiente. Amparados en la ley de imprenta de 1823, los escritores dicen lo que se les viene en gana y resulta así que cada periódico vocea las mentiras más descaradas y procaces»<sup>618</sup>.

Entre 1836 y 1839, durante el régimen de la llamada Confederación Perú Boliviana<sup>619</sup>, circularon también varios medios impresos, partidarios de la confederación: *El Eco del Protectorado*, *El Federal de Puno*, *El Estado Sur Peruano* y *La Estrella Federal*. Junto a ellos, otros periódicos parecían tener destinatarios muy concretos, *La Jeta*, editado por Felipe Pardo y Aliaga, dirigido al agravio del mariscal Andrés de Santa Cruz, presidente de la Confederación y a quien insultaba groseramente llamándolo “cholo jetón”, ironizando sobre sus facciones mestizas. Entre tanto *El*

---

<sup>617</sup>.- BASADRE, Jorge (2005): *Historia de la República del Perú* (Tomo III), *op. cit.*, pp. 96-97.

<sup>618</sup>.- SAN CRISTÓBAL, Evaristo (1941): *El Gran Mariscal Luis José de Orbegoso*. Lima, Gil, p. 160.

<sup>619</sup>.- La Confederación Perú Boliviana fue el resultado del empeño del mariscal Andrés de Santa Cruz por confederar a estas dos repúblicas. Sólo tres años duró este proyecto, cancelado por la oposición recalcitrante de diversos sectores políticos del Perú, encabezados primero por el general Felipe Santiago Salaverry, hasta su fusilamiento por las fuerzas confederadas, y luego por el mariscal Agustín Gamarra.



*Juicio Nacional* enfilaba sus baterías contra Felipe Santiago Salaverry, opositor de la Confederación y presidente del Perú por breve lapso<sup>620</sup>.

#### V.5.1. Primeros atisbos de organización de los periodistas

En relación a esos años puede citarse un incidente que constituye quizá el primer antecedente de solidaridad gremial y de organización entre los periodistas, para la defensa de la libertad de expresión. Ante la denuncia del régimen del presidente Luis José de Orbegoso (1833-1836), presentada a los jurados de la libertad de imprenta, contra una publicación a cargo del periodista Bonifacio Lasarte, se presentaron a la vista de la causa todos los periodistas de Lima en señal de respaldo al encausado<sup>621</sup>. Sin embargo, no había entonces ninguna agrupación o gremio que velara por los intereses de los ejercientes de esa todavía incipiente profesión. La solidaridad en el gremio periodístico es hoy un imperativo generalmente recogido en los códigos deontológicos de la prensa. Basadre presenta un cuadro de 1833 de los gremios de las diferentes actividades laborales y productivas, entre los cuales no figuraba ninguno vinculado al periodismo, salvo el de los impresores, que eran en total 10, de cuatro clases, y que pagaron aquel año poco más de 84 pesos de la época por derecho de patentes<sup>622</sup>. Los impresores, sin embargo, no cumplían las tareas periodísticas, a cargo de editores y redactores, aunque es posible suponer que más de uno entre ellos tuviera la doble función de imprentero y periodista.

Campean en esos años los enfrentamientos menudos entre redactores de uno y otro periódico y los ataques contra figuras públicas, que se defienden ante los jurados de prensa, aunque generalmente sin éxito. Así, algunos casos sonados fueron los del escritor y periodista Felipe Pardo y Aliaga (1806-1868), que se ensaña en sus sátiras y ataques con el fiscal Manuel Antonio Colmenares, cebándose en menciones de su prominente nariz y dando origen a los primeros ataques a la imagen de un hombre público, aspecto hoy ampliamente reconocido por la ética periodística. De la misma forma agraviaba, con ataques irónicos y racistas, al Mariscal Andrés Santa Cruz a quien apodaba “Cholo jetón”. A Pardo le respondía el ya citado Larriva o Bernardo Saffia. Y

---

<sup>620</sup>.- Cfr. VELAOCHAGA, Luis (2001): *op. cit.*, p. 285.

<sup>621</sup>.- Cfr. VARILLAS MONTENEGRO, Alberto (2008): *op. cit.*, p. 217.

<sup>622</sup>.- Cfr. BASADRE, Jorge (2005): *Historia de la República del Perú* (Tomo III), *op. cit.*, p. 43.

así se multiplicaba el carnaval de agravios en la prensa y denuncias ante las autoridades. Aparecían periódicos que dejaban una saga de contestatarios. Al *Argos Constitucional* le seguía el *Anti Argos*. Al *Montonero* el *Hijo del Montonero*, luego el *Tío del Montonero* y hasta *La Madre del Montonero*. *El Espejo de mi Tierra* tenía cumplida respuesta en *Lima contra el Espejo de mi Tierra*. Algunos de los animadores de estos duelos satíricos eran escritores reconocidos y plumas de verdadera valía. Otros en cambio, la mayoría, eran apenas escritores de ocasión<sup>623</sup>. En tales condiciones de enfrentamiento no es fácil suponer lazos estables de solidaridad gremial entre los partícipes de la incipiente profesión periodística.

A esta etapa le sigue la fundación del diario *El Comercio*, y con ello la aparición de formas novedosas en el quehacer de la prensa. Su primera edición, verdadero hito en la evolución del periodismo peruano, vio la luz el 4 de mayo de 1839. *El Comercio*, a diferencia de sus antecesores, no respondió a un proyecto político, sino más bien a uno de tipo editorial, moderno y dotado de los recursos técnicos más novedosos de su tiempo. Los fundadores de *El Comercio* fueron el chileno Manuel Amunátegui (1802-1886) y el argentino Alejandro Villota<sup>624</sup>. El diario fue convirtiéndose, sin embargo, en

---

<sup>623</sup>.- Estas polémicas entre los periodistas nacionales continuaron incluso más allá de la fronteras del Perú, cuando varios de sus protagonistas debieron marchar al exilio a Santiago de Chile, donde Felipe Pardo y Aliaga (1806-1868) editó, entre 1836 y 1837, *El Intérprete*, para condenar la Confederación Perú Boliviana liderada por Andrés de Santa Cruz y para convocar el respaldo de Chile a favor de una campaña restauradora. Basadre describe así este conflicto llevado al extranjero: «A la vez, los proscritos y emigrados peruanos, como ya se ha indicado, lograron atención para su campaña periodística. Uno de sus exponentes más celebrados fueron las letrillas tituladas *La jeta, meditaciones poéticas por Monsieur Alphonse Chunca Cápac Yupanqui*, aludiendo la amalgama indígena-napoleónica de Santa Cruz... Apareció además un valioso periodismo peruano de la emigración: *El Intérprete*, redactado por él mismo, *La Aurora*, *El Popular*, *La Bandera Bicolor* y *El Eclipse*. En *El Intérprete* (del que aparecieron treinta números) Pardo atacó con gracia al ministro de Santa Cruz, Manuel de la Cruz Méndez. Éste se defendió en *El Eventual*, que alcanzó a publicarse cinco veces». Otro periódico que participó en esa polémica, partidario de Santa Cruz, fue *El Barómetro del Chile*. Otros títulos se suman a ese periodismo peruano de la emigración: *El Eventual*, *La Aurora*, *Intérprete*, *El Popular*, *El Eclipse*, en Chile. También pueden contarse *El Ariete*, *La Balanza*, *La Verdad Desnuda* entre otros, en Ecuador. BASADRE, Jorge (2005): *Historia de la República del Perú* (Tomo II), op. cit., p. 129. También puede consultarse el tomo III de la misma obra citada, en las páginas 98 y 99.

<sup>624</sup>.- *El Comercio* es hoy, sin duda, el diario de mayor prestigio en el Perú. Ha mantenido durante casi toda su existencia una posición de claro liderazgo, manteniendo un estilo sobrio y librando campañas fundamentales en defensa de la libertad de expresión y de la soberanía del país. La historia del decano de la prensa peruana puede consultarse en LÓPEZ MARTÍNEZ, Héctor (1989): *Los 150 años de El Comercio*. Lima, Empresa Editora El Comercio. También puede consultarse en MIRÓ QUESADA LAOS, Carlos (1957): *Historia del periodismo peruano*. Lima, Talleres Gráficos P.L. Villanueva S., p. 89. Otros periódicos contemporáneos a

un influyente foco de opinión. A lo largo de su dilatada historia fue cerrado brevemente por Piérola durante la Guerra del Pacífico y, entre 1974 y 1980, fue sustraído de la propiedad de la familia Miró Quesada, para ponerlo al servicio del régimen militar de entonces<sup>625</sup>.

#### V.5.2. Reglamento de Policía y Moralidad

Coincidiendo con la fundación de *El Comercio* se promulga el 11 de noviembre de 1839 el Reglamento de Policía y Moralidad para Lima que, aunque contenía una serie de normas para la mejor convivencia citadina, relativas a la seguridad pública, el alumbrado, el tránsito por calles y plazas y el ornato, entre otros tópicos, establecía también algunas normas que rozaban con la libertad de imprenta:

«Algunos artículos del reglamento venían a tener un contenido peligroso en caso de ser aplicados por autoridades abusivas. La licencia para abrir imprentas podía ser negada si el empresario no presentaba las garantías necesarias para responder en los casos en que la ley le impusiera responsabilidad. Los impresos que por inmorales, irreligiosos o contrarios al orden fueren prohibidos por las leyes o por el Gobierno y sin embargo se publicasen, debían ser embargados por la policía y puestos, con el impresor, a disposición del juez competente, previa una multa»<sup>626</sup>.

---

la aparición de *El Comercio* fueron *El Peruano*, *El Amigo del Pueblo*, *La Antorcha Peruana*, *La Abeja* (Trujillo), *La Bandera Bicolor* (Arequipa), *La Estrella Federal* (Cuzco), *El Registro Federal* (Huancayo), *El Registro Oficial* (Puno), *Los Rehenes* (Callao) y *El Observatorio* (Piura), entre otros. Como puede verse varios de los periódicos de la época se editaban en ciudades del interior del país. Debe advertirse, sin embargo, que la influencia social y política de aquellos periódicos fue muy limitada. El centralismo limeño, supérstite hasta nuestros días, mantuvo a las provincias al margen de cualquier protagonismo. Igual suerte han corrido sus medios de prensa.

<sup>625</sup>.- La llamada “socialización” de la prensa, entonces, fue en la práctica la confiscación de los periódicos de circulación nacional, para ponerlos bajo la conducción de figuras afines al régimen militar que gobernó el Perú entre 1968 y 1980. Las autoridades de entonces hablaron de “socialización”, en virtud del proyecto incumplido de transferir esos medios a los sectores organizados de la población: organizaciones campesinas, comunidades laborales, gremios de artesanos, colegios profesionales, entre otros. A este período de la prensa peruana aludiremos con más detalle en páginas posteriores.

<sup>626</sup>.- BASADRE, Jorge (2005): *Historia de la República del Perú* (Tomo II), *op. cit.*, p. 294. El Reglamento en cuestión mantuvo su vigencia hasta 1877. Por aquellos años destacaron algunos de los siguientes periódicos: *El Correo* (1840-46 y 1851-54), fundado por Francisco de Paula Gonzales Vigil, de corte doctrinario: liberal y anticlerical; *El Espejo de mi Tierra* (1840),

En la campaña electoral de 1850, en que disputaron la presidencia los generales José Rufino Echenique y Manuel Ignacio de Vivanco, entre otros postulantes de menor arraigo, hubo incidentes de prensa que llevaron a uno de los candidatos a pedir la aplicación de la ley de imprenta de 1823:

«Vivanco denunció, dentro del amparo de la ley de imprenta, un artículo que lo llamaba traidor y asesino; pero el jurado declaró que no había lugar a formación de causa. Se dirigió luego públicamente a sus amigos en forma reiterada para que no pusieran en sus escritos denuestos para los adversarios; pero la procacidad vivanquista no fue, de hecho, menos acerba que la echeniquista»<sup>627</sup>.

Una vez más la citada ley de imprenta fue insuficiente para contener los desbordes de la prensa de la época y amparar al candidato. Además de perder el pleito, Vivanco perdió las elecciones ante Echenique.

#### V.5.3. Breve supresión del sistema de jurados

A Vivanco lo sucedió en el gobierno Ramón Castilla, tras el triunfo de una revolución. Éste decretó el 25 de marzo de 1855, al poco tiempo de asumir por tercera vez la presidencia de la república, la supresión del sistema de jurados establecido en la ya comentada ley de imprenta de 1823, sustituyéndolos por las instancias propias de la justicia ordinaria. Podemos deducir que Castilla quiso así evitar la inoperancia de los jurados, que implicaban el privilegio de una forma de antejuicio para quienes cometían delitos de imprenta. La vigencia de esta norma se extendió hasta 1861, cuando el Congreso consideró que ella obstaculizaba el ejercicio de la libertad de imprenta, restituyendo en plenitud los jurados. No obstante, el Poder Ejecutivo observó la ley, alegando que bajo el decreto de 1855 también se había hecho abuso de la libertad de

---

fundado por Felipe Pardo y Aliaga, de tipo costumbrista; *La Bolsa* (1841-42), editado por Manuel Ascensio Segura, diario comercial y político. Años después emergieron también algunos diarios satíricos: *El Oso* (1845), favorable al gobierno del Mariscal Ramón Castilla; *La Guardia Nacional* (1845), contrario a Castilla y editado por Felipe Pardo; *Cuentos de Persia* (1848), también contrario a Castilla, al igual que *El Diablo* (1848) y *El Zurriago*, aparecido por vez primera el 11 de marzo de 1848 y editado por Juan Espinoza. Éste último fue suspendido por el presidente Castilla víctima de sus constantes dictérios y agravios.

<sup>627</sup>.- BASADRE, Jorge (2005): *Historia de la República del Perú* (Tomo IV), op. cit., p. 176.

imprensa, incluso mediante el insulto y la calumnia a las autoridades e hiriendo el honor de los individuos. Objetaba, además, que la administración de justicia se hiciera por jurados eventuales y mostraba su disconformidad con que dos votos de los jurados fueran suficientes para garantizar la impunidad de quienes agraviaran a los poderes del Estado, como lo establecía la ley de imprenta de 1823. El Congreso rechazó las observaciones e insistió en la restitución de los jurados, el 23 de mayo de 1861.

«Una de las ocasiones en que fue cumplida la restaurada ley de imprenta se presentó en 1862 —recuerda Basadre— cuando la Cámara de Diputados quiso enjuiciar a *El Comercio* por un artículo y el jurado declaró que no había lugar a formación de causa»<sup>628</sup>.

Pocos años después, en febrero de 1867, un Congreso Constituyente restituyó un Estatuto Provisorio de 1855, que a su vez reiteraba la aplicación del comentado decreto de 1855 que eliminaba los jurados. El mismo Congreso Constituyente, a los pocos días, derogó el artículo pertinente y reestableció, una vez más, la ley de imprenta de 1823 y su sistema de jurados<sup>629</sup>.

*El Herald de Lima* (1854-56) fue fundado por Luis Benjamín Cisneros y Toribio Pacheco. Eran opositores a Castilla y Defensores de Echenique, “llegó a salir con sus columna en blanco como señal de protesta”<sup>630</sup>. Fue clausurado en 1856, por haber llamado a Castilla “sátrapa militar” y “hombre sin principios”<sup>631</sup>. Una segunda época de este periódico se produjo entre 1870 y 1872. *El Herald* tuvo un carácter innovador en su tiempo, usando de ciertos recursos periodísticos novedosos: mayor

---

<sup>628</sup>.- Cfr. BASADRE, Jorge (2005): *Historia de la República del Perú* (Tomo V), *op. cit.*, p. 29.

<sup>629</sup>.- Durante su larga vigencia la ley de imprenta de 1823 sufrió varias modificaciones: La ley del 25 de marzo de 1861, que modificó el sistema de votación de los jurados para calificar los escritos; el Decreto Supremo del 22 de junio de 1897, que establecía la obligación de los jurados de pronunciarse también sobre escritos censurados por la autoridad eclesiástica; el Decreto Supremo del 6 de agosto de 1862 y la ley del 9 de noviembre de 1901, referidas al número de cédulas que debían usarse en las votaciones de los jurados, para evitar la falta de suplentes; la ley del 8 de noviembre que regulaba el trámite en caso de la comisión de delitos de imprenta por senadores y diputados, modificada a su vez por ley del 20 de diciembre de 1868. Cfr. HUACCHA C., José Carlos (1971): *op. cit.*, p. 48.

<sup>630</sup>.- BASADRE, Jorge (2005): *Historia de la República del Perú* (Tomo IV), *op. cit.*, p. 245.

<sup>631</sup>.- Cfr. SIFUENTES ALEMÁN, Ítalo (2008): *Periodistas entre la posguerra y la República Aristocrática* (investigación inédita). Lima, Instituto de Investigaciones de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Martín de Porres.

agilidad en la redacción, una presentación más ordenada de las noticias y la publicación en blanco de las columnas censuradas<sup>632</sup>.

Durante su segundo mandato Castilla debió soportar también la andanada de críticas de cierta prensa. *La Zamacueca Política* fue un periódico satírico aparecido el 5 de enero de 1859. Fue clausurado por Castilla en agosto de ese mismo año. También en 1859 nació *La Patria en Peligro*, dedicado a la caricatura. El diario *El Mercurio*, a su vez, circuló entre 1862 y 1864, fundado por Manuel Atanasio Fuentes. Mantuvo un estilo “agresivo y burlón”, lo cual le costó ser deportado durante el régimen de Pezet. Uno de los ensañamientos más notorios de Fuentes fue contra el periodista y escritor colombiano José María Samper, fundador y editor de la *Revista Americana*<sup>633</sup>. *El Perú* (1864) fue fundado por José María Químper y Juan Francisco Pazos. Fue contrario a Pezet. *El Tiempo* (1864-65) fue fundado por Nicolás de Piérola y se manifestó abiertamente favorable a Pezet. *El Bien Público* (1865-66) era un diario clerical opositor del gobierno, que lo clausuró sin miramientos. Era escrito por los religiosos Manuel Tovar y José Antonio Roca y Boloña.

Entre todas las publicaciones citadas es posible encontrar unas más serias y ecuanímes que otras, pero en términos generales dejaron mucho que desear, si se las juzga desde el baremo de los principios éticos ahora universalmente consagrados y, particularmente, desde el criterio de verdad que ha de observar el buen periodismo.

---

<sup>632</sup>.- Por aquellos años también circuló *El Católico* (1855-1860) fundado por Bartolomé Herrera. Entre 1859 y 1863 apareció también *La Revista de Lima*, un quincenario de corte cultural.

<sup>633</sup>.- Rivera Martínez alude a algunas de las polémicas libradas por Samper. «Fue ruidosa la que sostuvo con los conservadores Pedro J. Calderón y Evaristo Gómez Sánchez, y sobre todo con Manuel Atanasio Fuentes, “El Murciélago”, en la que éste exhibió una virulencia y falta de escrúpulos realmente increíble... Más aún, lo acusó de “rojo”, es decir demagogo. El colombiano, por su parte, no se quedó atrás y le respondió con creciente ironía y hasta acritud, desde las columnas de *El Comercio*, pero siempre con altura, y defendiendo el principio de la libertad de prensa». RIVERA MARTÍNEZ, Edgardo (2008): *Revista Americana. Una precursora publicación en el Perú de 1863*. Lima, Biblioteca Nacional del Perú y Universidad de San Martín de Porres, p. 16. Basadre destaca también la postura de Fuentes contra el Mariscal Ramón Castilla. «Fuentes, “El Murciélago”, había sido uno de los periodistas que más había atacado a Castilla en su periódico, lleno de caricaturas e invectivas y hasta en una “Biografía”». BASADRE, Jorge (1994): *Perú: Problema y Posibilidad*. Lima, Fundación M.J. Bustamante de la Fuente, cuarta edición, p. 65. No obstante, Fuentes tiene a su favor también una basta obra costumbrista y una larga producción literaria de muy buena factura. Cfr. ZANUTELLI ROSAS, Manuel (2006): *Periodistas Peruanos del siglo XIX. Itinerario biográfico*. Lima, Universidad de San Martín de Porres, pp. 113-118.

«Desde la óptica de la información política, en aquellos años no hubo publicación alguna susceptible de ser considerada objetiva y cuyas noticias y comentarios fuera posible admitir hoy sin verificación previa. Del comentario anterior, que en verdad es una reconvención, no quedan exceptuados El Telégrafo, Mercurio Peruano ni La Prensa Peruana que son los periódicos que, en su época, merecieron el mayor respeto de la comunidad»<sup>634</sup>.

#### V.5.4. Comunicados o remitidos

Mención aparte merecen los *comunicados* o *remitidos*, suerte de columnas que contenían ataques personales y respuestas airadas. Su inserción en los periódicos se hacía previo pago y ocupaban buena parte de sus páginas. En ellos se ventilaban disputas personales, cuestiones íntimas y se arrollaban las buenas famas.

A estas formas tan primitivas se refirió Porras Barrenechea en estos términos:

«Sección repulsiva y amenazante, palestra del insulto y del anónimo, liza a veces de agudos contrincantes, los comunicados fueron la crónica que faltaba al periódico, crónica escandalosa desvergonzada que exhibía, como en un kaleidoscopio inmoral, impudores y bajezas que debieron quedar ocultos»<sup>635</sup>.

Basadre expresa una opinión un tanto más condescendiente hacia los comunicados, cuando se ocupa de aquellos publicados en el diario *El Comercio* bajo la dirección de su fundador Manuel Amunátegui:

«Allí, previo pago de una pequeña cantidad, cualquiera podía dar a la publicidad su opinión sobre cualquier asunto. En los “Comunicados” se trataron asuntos personales, así como asuntos del más puro carácter doctrinario. Cuéntase que Amunátegui llegó a autorizar cierta vez la publicación de un “comunicado” que iba contra él y contra *El Comercio*. Si la abundancia de chismes, habladurías, invectivas y polémicas hace que leer las amarillentas páginas de los “Comunicados” sea como penetrar en el ambiente ruidoso y contradictorio de

---

<sup>634</sup>.- VARILLAS MONTENEGRO, Alberto (2008): *op. cit.*, p. 306.

<sup>635</sup>.- PORRAS BARRENECHEA, Raúl (1970): *op. cit*, p. 27.

los cafés de entonces, otros documentos allí incluidos convierten a esas páginas en tribuna ilustre»<sup>636</sup>.

El carácter ilustre al que alude el historiador lo alcanzan esas páginas en mérito a sesudos debates librados también a través de comunicados sobre soberanía, clericalismo e historia, entre otros temas destacados.

Héctor López Martínez, autor de una historia oficiosa del diario *El Comercio*, es por supuesto benévolo con este género de insertos periodísticos:

«Recorriendo las columnas de la sección “comunicados” o “remitidos”, a lo largo de varios lustros, podemos llegar a la conclusión que el balance sobre los mismos es positivo. En su momento llenaron una necesidad de relación, de contacto entre las gentes y si en ellos —como ya quedó dicho— se encuentran testimonios desagradables, no son otra cosa que el reflejo de una mentalidad, un nivel cultural, una idiosincrasia que, por cierto, no nos honra, pero que —nos guste o no— era producto de nuestro parvo y aldeano bagaje cultural»<sup>637</sup>.

Más plausible parece la explicación dineraria en torno de aquellas notas. Los pagos por la publicación de los comunicados o remitidos, que se prolongaron durante casi todo el siglo XIX y hasta inicios del XX, fueron una de las fuentes de sostenimiento de la prensa decimonónica peruana. A estos ingresos podían sumarse los favores del gobierno de turno, o de los bandos que aspiraban a hacerse de éste. Una

---

<sup>636</sup>.- BASADRE, Jorge (2005): *Historia de la República del Perú* (Tomo III), *op. cit.*, pp. 101-102. Basadre reproduce también en las páginas citadas una sabrosa nota del escritor chileno Pedro Félix Vicuña, de 1847, relativa a los comunicados en el diario *El Comercio*: «Me ha dicho Amunátegui que él no tiene necesidad de tener redactores; pues, en lugar de pagarlos, por cada columna los escritores le pagan a él tres pesos y teniendo doce columnas el diario, recibe más de treinta pesos diarios, lo que es suficiente para los gastos de su imprenta, siendo de provecho neto la suscripción. La imprenta de *El Comercio* es el templo del sigilo, Amunátegui es el gran sacerdote, el que escribe no será descubierto sino por inferencias. Con igual gracia recibe a este sacerdote que le lleva una mordaz sátira contra el ministro Paz Soldán, como al agente de su señoría que en la noche viene a defender a su protector. ¿Qué crees que contenga *El Comercio*? Desde las provincias lejanas, a *El Comercio* vienen las rencillas del prefecto, del gobernador, del aduanero; allí se admite todo, y los insultos, perfidias y cuanto pueda obtener no escasean». El juicio equilibrado de Basadre no ignora, sin embargo, las campañas de *El Comercio*, bajo la dirección de Amunátegui, por la definitiva abolición de la esclavitud, por la mejora de las condiciones de vida de la población indígena y a favor de un nacionalismo continental.

<sup>637</sup>.- LÓPEZ MARTÍNEZ, Héctor (1989): *op. cit.*, pp. 24-25.



forma de lograr ingresos, a veces vital, era garantizar la venta de un buen número de ejemplares a las instituciones públicas. El pago podía hacerse a nombre de distribuidores y no había constancia de la entrega efectiva de los ejemplares. Las suscripciones eran escasas y por lo general los periódicos más exitosos alcanzaban poco más de doscientas, en una ciudad con cincuenta mil habitantes y ya numerosos periódicos. Todas estas prácticas, censurables desde la deontología periodística, han variado en sus formas, aunque la venta de la línea editorial o de espacios para la defensa de causas innobles no haya cesado.

#### V.5.5. Caricatura

Otra característica de la prensa del período fue el uso frecuente de la caricatura como ariete para el ataque a los contendores políticos. Aunque hubo en Lima talleres litográficos desde inicios del siglo XIX, la caricatura política sólo surge a mediados del siglo XIX. Juan Manuel Ugarte Eléspuru (1911-2004) explica que sus autores eran casi siempre anónimos, aunque algunas de aquellas en lugar de la firma exponían un sonriente rostro oriental<sup>638</sup>. Los políticos fueron los más afectados por las sátiras expresadas en los grabados, aunque carecían de la virulencia de los escritos que publicaban los mismos periódicos. Algunos otros tipos sociales de los que se hacía mofa eran el militar, el burócrata aprovechado, las beatas limeñas y los personajes andinos, a los que la sociedad limeña de la época, al igual que ahora, miraba con desdén por motivaciones racistas. La prensa satírica se valía de la burla y frecuentemente del anonimato para condenar a personajes públicos poco gratos para el maledicente, pero también para herir y humillar a familias y comerciantes enfrentados entre sí. Aunque la caricatura fue una legítima manifestación de humor en la prensa peruana, se usó también indebidamente, para afectar la imagen de las personas.

#### V.5.6. Inestabilidad y centralismo de la prensa peruana

En los primeros quince años de la república circularon unas 250 publicaciones periódicas. Entre ellas sólo 17 superaron las cien ediciones y ocho las ciento cincuenta. 105 imprimieron únicamente cinco números y 32 tuvieron sólo una aparición. Entre

---

<sup>638</sup>.- Cfr. UGARTE ELÉSPURU, Juan Manuel (2001): *Monumenta Limensis*. Lima, Fondo Editorial del Congreso de la República, p. 304.

1821 y 1851, de más de 340 publicaciones cuya duración efectiva se conoce, 144 no pasan del quinto número y sólo treinta y dos superan el número cien<sup>639</sup>.

Es necesario agregar que durante este período y los sucesivos, es la prensa limeña la que marca una pauta a nivel nacional. Lima concentra casi un tercio de la población del país y ha mantenido por siglos una hegemonía política y económica, que se extiende a los planos cultural e informativo. Si bien hubo a lo largo de la historia notables manifestaciones del periodismo en el resto país, éste no tuvo repercusión nacional. En cambio el periodismo limeño sí fue capaz de incidir en las grandes decisiones nacionales y, sin duda, de extender también su influencia sobre los medios locales en las provincias<sup>640</sup>, donde hasta mediados del siglo XIX se carecía de imprentas en las que pudiera editarse publicaciones periódicas.

Toda la extensa saga de periódicos citados, de corta vida y azarosa existencia, fueron en nuestra opinión instrumento para la exacerbación de las pasiones. Ejercitaron más allá de sus límites naturales la libertad de opinión y sufrieron censuras, clausuras y persecución, en pago por sus excesos. Esta prensa no ha podido ser caracterizada por los historiadores de la prensa peruana, pero parece relacionada directamente con la

---

<sup>639</sup>.- Cfr. VARILLAS MONTENEGRO, Alberto (2008): *op. cit.*, pp. 211 y 212 y 281.

<sup>640</sup>.- Cfr. GARGÚREVICH, Juan (1991): *op. cit.*, pp. 193 y siguientes. Algunos periódicos importantes en el interior del país, con gravitación en distintos períodos, se mencionan a continuación. *El Botafuego* es el título del primer periódico publicado en Piura, en 1828. *El Amigo del Pueblo* apareció en 1904, *El Tiempo* en 1916 y *La Industria* en 1918. Estos dos últimos han ejercido notable influencia en todo el norte del Perú hasta nuestros días. Otros diarios, como *El Pueblo*, *Hechos* y *El Norte*, tuvieron menor vigencia, hacia mediados del siglo XX. El decano de la prensa trujillana fue *El Lince del Perú*, aparecido en 1823, seguido, en 1824, de *El Nuevo Día del Perú* y *El Patriota de Trujillo*. En 1895 fue fundada *La Industria*, que años más tarde fuera adquirida por la misma familia que fundó el diario de igual nombre en Piura. El mismo grupo fundó también el vespertino *El Satélite*. El grupo *La Industria* tenía a inicios de los noventa del siglo XX, la tecnología más moderna de impresión en el Perú. En Tacna hubo periódicos como *Mensajero* (1840), *Fénix* (1844-45), *Independiente* (1852), *La Voz del Sur* (1898) y más adelante el semanario *Justicia*. *La Voz de Tacna* fue fundada en 1936 y *El Sur* en 1962. En Arequipa los primeros periódicos fueron *La Primavera de Arequipa* (1825), *La Estrella de Ayacucho* y *El Republicano*. *Arequipa Libre* fue publicado entre 1927 y 1930. *La Bolsa* fue fundada en 1860. El diario *El Deber* circuló desde 1890, muy vinculado a la arquidiócesis arequipeña, hasta 1962, ejerciendo gran influencia en la sociedad mistiana. Otros diarios arequipeños fueron *Noticias* (1927-1964) y *El Pueblo* (1905). En el Cuzco, el primer periódico fue *El Depositario* (1823-24), seguido de *El Censor Eclesiástico* (1825) y el semanario *El Sol* (1827-29). La prensa en provincias tuvo menor envergadura que en la capital y, en gran medida, fue reiterativa respecto de las tendencias que se producían en Lima. No pudo tampoco, salvo excepciones, competir con la prensa limeña del siglo XX. Las ediciones de provincias de los grandes periódicos de la capital captaban la atención mayoritaria de los lectores.

inestabilidad política del país y las cruentas disputas entre caudillos avariciosos del poder.

No puede obviarse la situación general del país en aquellos años. Tras la independencia y el paso por el poder de dos recias figuras de dimensión continental, como San Martín y Bolívar, se sucedieron las disputas entre caudillos menores, que caracterizaron la vida política de casi todo el siglo XIX en el Perú. Este largo aprendizaje republicano, signado por el caudillismo y la conspiración, fue el mejor escenario para el surgimiento de publicaciones virulentas y pasquines insultantes.

No es extraño, tampoco, que en períodos de relativa estabilidad la prensa haya moderado sus posturas y conductas éticas:

«Es interesante, pues, apreciar la forma en que el orden que caracteriza los distintos periodos de autoridad efectiva en aquellos confusos años favorece la mejora de la prensa mientras que el desgobierno de otros momentos promueve la aparición de publicaciones de nivel muy inferior, en su mayoría lindantes con el libelo»<sup>641</sup>.

## V.6. Prensa Partidaria, crisis de entreguerras y reconstrucción nacional

### V.6.1. La dependencia de los partidos

La fundación del diario *El Nacional*, en 1865, podría marcar el paso de una prensa doctrinal a una prensa partidaria, caracterizada por el “predominio de periódicos (diarios y revistas) que siguen estrechamente a las agrupaciones políticas dependiendo de las cúpulas tanto económica como editorialmente”<sup>642</sup>. *El Nacional* respondió a los dictados del conservador Partido Civil, así como también lo habría hecho el diario *El Comercio*. Con este partido estuvo identificada también *La Opinión Pública* (1873-

---

<sup>641</sup>.- VARILLAS MONTENEGRO, Alberto (2008): *op. cit.*, p. 273. Sin embargo, una excepción a la regla pudo ser uno de esos períodos de estabilidad durante el siglo XIX, producido en el segundo quinquenio de la década de los cuarenta, bajo el gobierno del mariscal Ramón Castilla. Este caudillo liberal se mostró ampliamente respetuoso de la libertad de prensa, hasta que los dictérios y agravios contra él y sus familiares desbordaron su tolerancia y apresó a un redactor de *El Zurriago*.

<sup>642</sup>.- GARGÜREVICH, Juan (1991): *op. cit.*, p. 74.

1913), fundada por Andrés Avelino Aramburú, Reynaldo Chacaltana y Manuel María Rivas. El Partido Demócrata, de corte liberal, fundado por Nicolás de Piérola, tuvo en el diario *La Patria* su propia expresión periodística.

Cabe destacar el trasfondo del conflicto político de la época, al cual respondían los periódicos citados. El Partido Civil era liderado por sectores conservadores y oligárquicos vinculados a la explotación y exportación del guano, un fertilizante de gran demanda en aquellos años. Los demócratas quebraron el negocio de los llamados consignatarios del guano, y entregaron el monopolio de su explotación a una sociedad francesa, la Casa Dreyfus, tras la suscripción de un controvertido contrato. Ninguno de los medios referidos parecía abrigar ya grandes ideales ni convicciones doctrinarias, como en las postrimerías de la colonia y los inicios de la república, cuando resonaban las disputas ideológicas entre liberales y conservadores, monárquicos y republicanos<sup>643</sup>. Eran intereses económicos presentes detrás de los grandes partidos de la época los que animaban la fundación de periódicos y las polémicas entre estos.

Este período comprende también los años transcurridos entre 1866 y 1895, es decir el interregno que se produce entre la guerra contra la escuadra española apostada en las cercanías del puerto del Callao, ocupando las islas Chincha y dispuesta a retomar el control político del Perú y el continente, y la denominada Guerra del Pacífico, que enfrentó a Chile contra el Perú y Bolivia. El primer conflicto tuvo su punto culminante en el combate del dos de mayo de 1866, y la derrota de los navíos hispanos en las costas del Perú. El segundo se inició con la declaratoria de guerra de Chile contra el Perú, el 5 de abril de 1879 y se prolongó hasta la firma del tratado de Ancón que puso fin a la guerra, en 1883. El período de reconstrucción nacional, tras la guerra, se extiende cuando menos hasta 1895, con el advenimiento de Nicolás de Piérola, por segunda vez, a la presidencia de la República.

---

<sup>643</sup>.- Otros periódicos importantes durante este período fueron los que a continuación destacamos. *La República* (1871-72) y el *Correo del Perú* (1871-1878), ambos liberales. *La Tribuna* (1878-1881/1883-1885). *La Campana* (1873) y *La Mascarada* (1874-1878) fueron publicaciones de tono humorístico y se caracterizaban por el uso de la caricatura. Merecen mención también, por aquellos años, el quincenario *El Artesano* (1873-1879) y *El Obrero* (1875-1877), los dos exponentes de una incipiente prensa gremial en el Perú.

La prensa hacia 1875, pese a los excesos ya comentados en que había incurrido a lo largo del siglo, recibió una atención preferente del poder político que la exoneró mediante ley del Congreso de los derechos de importación del papel. Aquello sucedía —hecho llamativo— en circunstancias de grave crisis fiscal<sup>644</sup>. Tal exoneración, por cierto, no podía menos que comprometer la independencia de la prensa, principio tanpreciado en la deontología periodística. Una explicación posible para tales beneficios puede encontrarse en la ligazón entre los periódicos y los partidos políticos. La exoneración no sólo beneficiaba a los periódicos, sino a los partidos y los intereses que los mantenían como voceros.

#### V.6.2. La prensa durante la guerra con Chile

Velaochaga ha descrito el comportamiento de los principales diarios del país, en relación al conflicto que desencadenó la Guerra del Pacífico:

«En los años previos a la Guerra con Chile, El Comercio alertaba a Bolivia (1874) sobre la “ocupación chilena” y la exhortaba a “cuidar el litoral”, la prensa peruana fue violentísima en su rechazo a las acciones y amenazas chilenas contra Bolivia aunque también criticó la acción de Hilarión Daza (entonces Presidente de Bolivia), impuesto por el ejército... Otros diarios limeños crearon un ambiente belicista, irresponsable, que tuvo efectos nocivos, ilusiones, en la opinión pública peruana. Así preconizaban “la intervención armada del Perú” El Nacional, órgano del partido Civil, lo mismo que la Opinión Nacional, también civilista y La Patria, pierolista. La Tribuna, fundada en 1878 y dirigida por el chileno Rafael Vial, defendía las tesis chilenas y promovía la neutralidad del Perú»<sup>645</sup>.

---

<sup>644</sup>.- Cfr. BASADRE, Jorge (2005): *Historia de la República del Perú* (Tomo VII), *op. cit.*, p. 172.

<sup>645</sup>.- VELAUCHAGA, Luis (2001): *op. cit.*, p. 289. El mismo Velauchaga ha citado la obra en ocho volúmenes del periodista y escritor chileno del siglo XIX Pascual Ahumada Moreno, en la que presenta la actuación de la prensa durante los cuatros años del conflicto armado. De sus citas puede desprenderse el triunfalismo exacerbado de algunos de los principales medios peruanos de la época, aunque también la prudencia de unos pocos. *El Comercio*, por ejemplo, pedía el 14 de febrero de 1879 la neutralidad del Perú en el conflicto chileno boliviano. En verdad la participación del Perú en la guerra era inevitable. El Perú mantenía un tratado de alianza con Bolivia. Este país, ante la agresión chilena, demandaba la inmediata intervención peruana. Mientras el Perú intentaba mediar para evitar la guerra, el enviado peruano para ese

De las diversas posturas de la prensa de entonces puede deducirse también ciertos incumplimientos éticos. Hubo una actitud irresponsable de aliento de la guerra y de falta de compromiso con la paz, más grave aún considerando que ese belicismo tenía su origen en el desconocimiento de la situación precaria de las fuerzas armadas del Perú y de la larga preparación para la guerra que ya tenía Chile.

Los acontecimientos de la guerra le fueron adversos al Perú. Fugó del país el presidente Mariano Ignacio Prado. Derrocado su vicepresidente La Puerta, asumió el poder Nicolás de Piérola, popular caudillo que luego lideró el Partido Demócrata. Éste dictó un decreto disponiendo que los agraviados por la prensa tengan el derecho de vindicarse gratis en el mismo periódico en el que se hubiese proferido la ofensa, dedicando a ello el doble del espacio usado para la misma. Se trató en verdad del establecimiento, por primera vez en el Perú en una norma legal, del reconocimiento del derecho de rectificación<sup>646</sup>. El Estatuto Provisorio, dictado por Piérola el 29 de diciembre de 1879, garantizó la libertad de prensa, pero el mismo caudillo suprimió una vez más los Jurados establecidos en la comentada ley de imprenta de 1823. En plena Guerra del Pacífico, Piérola canceló en la práctica la libertad de prensa y encarceló en diciembre de 1880, por varios días, a los directores de los diarios limeños, argumentando el incumplimiento de algunas normas del Estatuto con el que reguló su régimen.

Ocupada Lima por las tropas enemigas en 1881, los diarios suspendieron su circulación, salvo unos pocos que aparecieron bajo títulos diversos, esporádicamente, con el consentimiento de los invasores y bajo la dirección de chilenos. Hubo alguno que otro que fueron tolerados, por su carácter religioso o porque respondían a las acciones de los sectores nacionales dispuestos a pactar la paz y, presumiblemente, otros clandestinos, comprometidos con la resistencia frente al invasor, como el bisemanario *La Realidad* y *La Reacción*, editados en Cajamarca. También hubo prensa clandestina, a juzgar por los decretos represivos del jefe de las tropas de ocupación, general Patricio

---

propósito era vejado en las calles de Santiago y a los pocos días Chile declaraba la guerra al Perú.

<sup>646</sup>.- El decreto citado puede consultarse en el Anexo N° 6 de la tesis.

Lynch<sup>647</sup>. En efecto, el militar chileno dictó cuatro decretos relativos a la prensa. El primero, del 27 de mayo de 1881, disponía que todos los periódicos publicados en Lima fueran editados por chilenos. El segundo, del 5 de junio del mismo año, prohibía la publicación de libros, periódicos, folletos y volantes, sin autorización previa. El tercero, del 7 de septiembre de igual año, estableció severas sanciones para los responsables de la publicación de proclamas, libelos, pasquines y demás impresos políticos. El último, del 14 de diciembre de 1882, prohibió publicar en la prensa documentos de procedencia peruana<sup>648</sup>.

Luego del Tratado de Ancón suscrito el 20 de octubre de 1883, que puso fin a la guerra, asumió la presidencia del Perú el general Miguel Iglesias. Éste implantó la censura previa en agosto de 1884<sup>649</sup>. Para ello fueron convocados los directores de los periódicos a la Prefectura de Lima, donde se les conminó a no publicar documentos relativos a la insurrección del mariscal Andrés Avelino Cáceres, ni sobre los movimientos militares del gobierno establecido, ni tampoco artículos subversivos del orden. Cuando Cáceres logra desplazar del poder a Iglesias, el 5 de junio de 1886, mantuvo una conducta hostil contra la prensa, que lo lleva a clausurar más de un periódico.

---

<sup>647</sup>.- Cfr. GARGÚREVICH, Juan (1991): *op. cit.*, pp. 99 y siguientes. Algunos periódicos editados en el interior del país exponían las posiciones del coronel Andrés Avelino Cáceres, dispuesto a mantener la resistencia, y las del general Miguel Iglesias, partidario de pactar la paz con el enemigo. Estos fueron los siguientes: *La Reacción* (1882-84), fundado en Cajamarca y partidario de Iglesias; *El Regenerador*, también iglesista. *La Reforma* era editado también en Cajamarca pero era cercano a la resistencia.

<sup>648</sup>.- Cfr. SIFUENTES ALEMÁN, Ítalo (2008): *op. cit.*

<sup>649</sup>.- En mayo de 1884 Iglesias ya había dispuesto la obligatoriedad de la licencia previa para publicar periódicos.

V.6.3. El periodismo anarquista de González Prada

Nuevos periódicos surgieron también tras la guerra<sup>650</sup>. De entre ellos nos merece especial atención *La Luz Eléctrica*, por su talante polémico e irreverente. Vinculado a las incipientes corrientes anarquistas de entonces, apareció el 31 de diciembre de 1885 llamando a escándalo por su postura anticlerical. Fundado por Manuel González Prada (1844-1918), es el más remoto antecedente de la prensa anarquista en el Perú. Sus directivos, redactores, distribuidores y lectores fueron condenados a la excomunión. *Germinal*, editado en 1889, fue otro periódico vinculado a esa corriente ideológica, publicado también por González Prada. El periódico fue clausurado el mismo año, por la publicación de un poema satírico contra el presidente Nicolás de Piérola y de un artículo contra su política represiva<sup>651</sup>.

El mismo González Prada juzga con dureza la conducta ética de la prensa y de los escritores que en ella ejercitaban la pluma. En un célebre discurso en el Teatro Olimpo, en Lima (1888), los fustiga por haber faltado a su deber de crítica a los responsables de la derrota del Perú frente a Chile, acusando a la prensa de cobarde, venal y cortesana:

«El diario carece de prestigio, no representa la fuerza inteligente de la razón, sino la embestida ciega de las malas pasiones. Desd'el editorial ampuloso i kilométrico hasta la crónica insustancial i chocarrera, se oye la diatriba sórdida, la envidia solapada i algo como crujido de carne viva, despedazada por dientes de hiena. Esas frases gastadas i pensamientos triviales que se vacian en las enormes i amenazadoras columnas del periódico, recuerdan el bullicioso río de

---

<sup>650</sup>.- Entre ellos pueden citarse *El Callao* (1883-1968/1985); *El País* (1884-1902), fundado por los partidarios de Piérola; *La Integridad* (1883-1889; 1916-1924), fundado en Arequipa y luego editado en Lima, tras la partida de los chilenos de la capital. Otros periódicos aparecidos tras el término de la guerra con Chile fueron *El Sol* (1888-1892); *El Perú Ilustrado* (1889-1892); *Diario Judicial* (1890-1929); *La Ilustración Americana* (1890-1891); *El Tiempo* (1895-1905), vinculado al partido Demócrata; *La Ley* (1897-1899), relacionado con el Partido Civilista; *El Constitucional* (1902-1903), diario creado como órgano del Partido Constitucional de Andrés Bello Cáceres. En el interior del país hay entonces periódicos como la *Revista de Tacna y Ecos del Misti* (Arequipa).

<sup>651</sup>.- Cfr. DELHOM, Joel (2005): “Manuel González Prada y la prensa del Perú”. En DESVOIS, Jean-Michel (editor): *Prensa, impresos, lectura en el mundo hispánico contemporáneo. Homenaje a Jean-François Botrel*. Burdeos, Presses Universitaires de Bordeaux, pp. 363-374.



fango i piedras que se precipita a rellenar las hondonadas i resquebrajaduras de un valle»<sup>652</sup>.

En 1887 se fundó también *El Perú Ilustrado*, la primera revista ilustrada publicada en el país. Según Tauzin este semanario proponía una idea de progreso en un país considerado arcaico. Tal idea, sin embargo, estaba reñida con la imagen de lo popular. Los redactores postergaban a las últimas páginas la representación de los tipos populares<sup>653</sup>.

#### V.6.4. Nuevo esfuerzo de organización del gremio

No eran pocas las dificultades que enfrentaba la prensa de entonces. Ellas explican el temprano interés de los periodistas peruanos por agruparse para la defensa de sus derechos y el reconocimiento de un estatus profesional. En 1891 los propietarios de *El Comercio*, José Antonio Miró Quesada y Luis Carranza, impulsaron la fundación de una primera Asociación de la Prensa. Gargúrevich considera que entre los primeros convocados había patronos y asalariados y supone que la coyuntura política empujó a los propietarios para organizarse como un grupo de presión<sup>654</sup>. Sin embargo, es sabido que aquellos periódicos peruanos, de fines del siglo XIX, no eran propiamente empresas capitalistas. Casi no empleaban periodistas y no tenían talleres propios. Los participantes en la primera reunión, realizada el 25 de diciembre de 1891 en la Sociedad Geográfica, eran directores de periódicos, varios de los cuales unipersonales y, entre ellos, personajes de posiciones diversas, incluso un anarquista. En aquella cita se acordó la fundación de la Prensa Asociada del Perú, bajo la presidencia de Miró Quesada.

---

<sup>652</sup>.- GONZÁLEZ PRADA, Manuel (1976): *Páginas libres. Horas de lucha*. Caracas, Biblioteca Ayacucho, pp. 30-31. En la cita se ha respetado la ortografía original del texto. El autor explicita aún más su pensamiento en el citado discurso: «Las sediciones de pretorianos, las dictaduras de Bajo Imperio, las persecuciones i destierros, los asesinatos en las cuadras de los cuarteles, los saqueos al tesoro público, todo fué posible, porque tiranos ladrones contaron con el silencio o el aplauso de una prensa cobarde, venal o cortesana». *Ibidem*, p. 32.

<sup>653</sup>.- Cfr. TAUZIN CASTELLANOS, Isabelle (2003): “La imagen en el Perú Ilustrado (Lima, 1887-1892)”. *Bulletin*, N° 32 (1), Instituto Francés de Estudios Andinos (Lima), pp. 133-149.

<sup>654</sup>.- Cfr. GARGÚREVICH, Juan (1999): *Los periodistas. Historia del gremio en el Perú*. Lima, Ediciones La Voz, p. 30.

Casi un año más tarde, el 6 de noviembre de 1892, los integrantes de la asociación aprobaron un estatuto en cuyo primer artículo se señalaban sus fines: enaltecer la profesión periodística, propender a que se resuelvan arbitrariamente las diferencias entre sus miembros, proteger a los periodistas contra la miseria, patrocinar la libre discusión de opiniones y procurar la reforma de la ley de imprenta de 1823. El mismo documento precisaba, en su artículo décimo, que para ser declarado “periodista de profesión” y con ello gozar de los auxilios de la asociación, se requería de ocho años de ejercicio, de los cuales cinco debían ser consecutivos<sup>655</sup>. Desaparecidos algunos de los periódicos que participaron de su fundación, la asociación no logró cristalizar en sus empeños. Sin embargo, en lo que se refiere a nuestro estudio, constituye un hito fundamental pues evidencia el primer intento orgánico de la prensa local por dotarse de un instrumento propio para “enaltecer la profesión periodística” y para la solución arbitral de los conflictos que sean consecuencia de los debates de la prensa. Aunque no se trata de un mecanismo de autocontrol, la sola fundación de la asociación parece aspirar a resolver los conflictos de la prensa en el seno de los periodistas.

#### V.6.5. Embates contra la prensa

En aquellos años finiseculares los periodistas tuvieron que enfrentar también las disposiciones del Reglamento de Moralidad Pública y Policía Correccional, que fue esgrimido como un instrumento de intimidación. Esta norma había sido dictada el 12 de octubre de 1877, derogada el 14 de octubre de 1893 y restablecida el 21 de noviembre de 1894, a fin de garantizar el orden público, la seguridad individual y “el honor de los ciudadanos”. Entre otras materias, el reglamento facultaba a las autoridades administrativas y policiales a imponer multas a los responsables de impresos que se considerasen inmorales o contrarios al orden, además del consiguiente embargo y del proceso por delitos de imprenta.

La norma evidencia el interés moralizante de las autoridades, frente a los posibles excesos que pudieran cometerse a través de la imprenta. Las disposiciones relativas a los impresos figuran junto con otras sobre los juegos de azar, vagancia, mendicidad, ebriedad, conductas obscenas y demás cuestiones morales. Al diario *El*

---

<sup>655</sup>.- Cfr. *Ibidem*, p. 33.

*Comercio*, por ejemplo, se le aplicaron multas de 500 soles por la publicación de informaciones contrarias al régimen, en tiempos en que cinco funcionarios a cargo de la pagaduría del cuerpo de Policía le costaban al erario nacional 315 soles mensuales<sup>656</sup>. Gobernaba el Perú en aquellos años el mariscal Andrés Avelino Cáceres, héroe de la resistencia ante la invasión chilena durante la Guerra del Pacífico. Él era víctima, es verdad, de los improperios de cierta prensa, que llegaba a extremos inconcebibles para afectar su imagen pública. Uno de esos pasquines llevó por título *El esqueleto del Tuerto*, en alusión a un conocido defecto ocular del entonces presidente.

Tras una cruenta revuelta, Cáceres debió dejar el mando supremo el 20 de marzo de 1895, en manos de una Junta Provisional que lo entregó el 8 de septiembre a Nicolás de Piérola, tras unas elecciones en las que fue el único candidato. Éste, como hemos señalado en páginas anteriores, deploraba la ley de imprenta de 1823 y, en consecuencia con esa postura presentó al Congreso, al poco tiempo de asumir el poder, un proyecto de ley con el propósito de limitar la libertad de prensa, sustituyendo los jurados de imprenta por los tribunales ordinarios, como ya había sucedido por un breve período a mediados del siglo XIX, y corresponsabilizando de los delitos de imprenta al que hace la edición o exhibición, además de quien autoriza o financia la publicación. El Senado aprobó la propuesta el 12 de diciembre de 1895<sup>657</sup>. El proyecto, criticado por los medios, no llegó sin embargo a convertirse en ley. En coincidencia con la postura represiva de Piérola, respecto de la prensa, se entablaron 125 procesos, entre 1895 y 1900, contra editores y redactores de diversos periódicos<sup>658</sup>. Otros, como la escritora y

---

<sup>656</sup>.- Cfr. SIFUENTES ALEMÁN, Ítalo (2008): *op. cit.*

<sup>657</sup>.- Máximo Vásquez, bisabuelo del autor de esta tesis, decía ese mismo año lo siguiente, al comentar la situación del movimiento intelectual de entonces: “Los diarios se ocupan principalmente de política ó comercio, y por lo general no se encuentran á la altura, á que podían elevarse”. Señalaba entre los más importantes a *El Comercio*, *El Nacional* y *La Opinión Nacional* en Lima; *El Callao* y *El Porvenir* en el Callao; *La Bolsa* en Arequipa; *La Reforma* en el Cuzco; *El Republicano* en Chiclayo; *El Amazonas* en Iquitos; *El Ferrocarril* de Cajamarca; *La Industria* en Piura; *El Independiente* en Trujillo; *La Autonomía* en Huaraz; *El Debate* en Ayacucho; *El Ciudadano* en Puno y *El Tacora* en Tacna. VÁSQUEZ, Máximo N. (1895): *Curso de Geografía del Perú*. Lima, Edición del autor, segunda edición, p. 76.

<sup>658</sup>.- Cfr. PACHECO IBARRA, Juan José (2007): *Libertad de Imprenta y Prensa en Lima (1884-1904)*. Lima, Universidad Nacional Mayor de San Marcos. Tesis para obtener el grado de Licenciado en la Escuela de Historia de la UNMSM. El autor examina las disposiciones legales que regían en ese período el quehacer periodístico, al mismo tiempo que analiza el uso dado a la prensa en el marco de las confrontaciones políticas de la época. En sus anexos se informa sobre los 125 procesos de imprenta entablados ante el Consejo de Lima, durante el período estudiado. Como ha sido dicho, entonces aún se mantenía vigente la Ley de Imprenta de

ensayista Mercedes Cabello de Carbonera (1845-1909), tuvieron que marchar al exilio, ante la persecución de que fuera objeto por su postura contra la estructura patriarcal y machista de fines del siglo XIX<sup>659</sup>. No fue ella la única mujer que sufriera persecución por la libre expresión de su pensamiento. El local donde se elaboraba *Los Andes*, publicación de la indigenista Clorinda Matto de Turner, fue también apedreado en marzo de 1895<sup>660</sup>. Ese clima hostil hacia la prensa explica que en aquellos años surgiera nuevamente la inquietud por agrupar a los periodistas para la defensa de sus fueros y en pro de un mayor reconocimiento de la profesión como ya había ocurrido en 1891. Sobre esos empeños tratamos en páginas posteriores.

#### V.6.6. Balance de la prensa peruana del siglo XIX

A modo de balance sobre el comportamiento ético de la prensa peruana del siglo XIX es posible citar los juicios de Jorge Basadre:

«La ley de imprenta de 1823 es un ejemplo patético de la ingenuidad y de la falta de realismo que, a menudo, han tenido en este país esos solemnes documentos. De hecho, ella no cumplió tarea satisfactoria. El periodismo de oposición fue reiteradamente al desborde, como arma mortífera destinada a acabar con los regímenes a los que combatió. Entre los factores que contribuyeron a las grandes sublevaciones —1834, 1854, 1865, 1894-1895— y otras, correspondió un lugar predominante a los periodistas no siempre los más atildados o los más dignos del respeto de la posteridad. Al lado de ellos, hay que resaltar a los verdaderos y heroicos defensores de la sagrada libertad de pensamiento y de opinión. El Perú adquirió la fama de tener la prensa más soez del continente. Frecuentemente, por el instinto de la propia conservación o por simples actitudes de arbitrariedad, los gobiernos acudieron a la fácil medida de los empastelamientos, de las clausuras y de las persecuciones. En otras ocasiones, al surgir situaciones intermedias, hubo forcejeos, tensiones,

---

1823, que establecía que esos procesos se desarrollaban ante Jurados designados por los municipios.

<sup>659</sup>.- Cfr. PINTO VARGAS, Ismael (2003): *Sin perdón y sin olvido. Mercedes Cabello de Carbonera y su Mundo*. Lima, Universidad de San Martín de Porres.

<sup>660</sup>.- Cfr. SIFUENTES ALEMÁN, Ítalo (2008): *op. cit.* Sobre la participación de la mujer en el periodismo peruano puede verse BALTA, Aída (1998): *Presencia de la Mujer en el Periodismo Escrito Peruano (1821-1960)*. Lima, Universidad de San Martín de Porres.

escaramuzas. La historia del periodismo peruano es mucho más rica y compleja de lo que han afirmado comentaristas superficiales»<sup>661</sup>.

La descripción citada muestra cómo la prensa peruana fue un escaparate de la sistemática violación de los principios éticos que debió observar. Es verdad que entonces no había desarrollo alguno de la ética periodística como disciplina, pero los principios estaban latentes en la conciencia de cualquier profesional que obrara con rectitud. Las normas legales existentes entonces ya habían incorporado, también, los más destacados de estos principios.

#### V.7. La república aristocrática y el periodismo popular

Durante el período histórico que en el Perú se conoce como la República Aristocrática (1895-1919), se produce también un cambio de época en la evolución del periodismo peruano, signado por el fin de un periodismo incapaz de modernizarse, donde los caudillos y sus voceros pierden la atención ciudadana. *El Nacional* suspende su publicación y *La Opinión Nacional* languidece.

##### V.7.1. Periodismo anarquista, social, satírico y popular

El periodismo anarquista en el Perú sitúa sus inicios a fines del siglo XIX. Puede citarse entre sus primeros mentores a los italianos Gliserio Tassara, Guillermo Baldessari y Emilio Sesqui, así como al danés Christian Dam, quien fundó y dirigió *El Libre Pensamiento* (1896-1904)<sup>662</sup>. El encono de este medio contra la Iglesia Católica lo llevó a acusarla del atraso e ignorancia de la población y a proponer la destrucción de templos<sup>663</sup>. *El Bien Público*, medio católico ya citado, respondía airadamente las críticas de los anarquistas, acusándolos de obscenos, calumniosos y satánicos. En las páginas de *El Libre Pensamiento* se leían artículos del ya citado Manuel González Prada, una de las cumbres del pensamiento anárquico en el Perú. Otros medios de la

---

<sup>661</sup>.- BASADRE, Jorge (2005): *Historia de la República del Perú* (Tomo III), *op. cit.*, p. 90.

<sup>662</sup>.- Cfr. OCHOA MONTERO, José (1999): “*La Trinchera Social*”. En OCHOA MONTERO, José et al.: *La Pluma en la Belle Époque*. Lima, Universidad de San Martín de Porres, pp. 27 a 51.

<sup>663</sup>.- Sobre el periodismo anarquista se puede consultar también en DEL CASTILLO MORÁN, Miguel Ángel (1999): “*Fuentes históricas para el estudio del anarquismo en el Perú (1890-1930)*”. En *Diálogos*, N° 1, Universidad Nacional Mayor de San Marcos, pp. 153-161.

corriente inspirada por Bakunin fueron *La Idea Libre* dirigido por los citados Tassara y Baldessari, *Los Parias* dirigido por Pablo Astete y *El Oprimido* fundado por Manuel Lévano y su hijo Delfín Lévano. Todos estos influyeron en la gestación del movimiento anarco sindicalista que tanto incidiera en la conquista de la jornada de las ocho horas en el Perú. *La Protesta* (1911-1924) fue un medio de mayor envergadura, que expresó a esta tendencia por más de una década<sup>664</sup>.

*La Razón*, fundado por José Carlos Mariátegui y César Falcón, ambos socialistas, tuvo también protagonismo en su defensa de la causa obrera, aunque por poco tiempo, pues en 1920 fue cerrado por el gobierno de Leguía y sus propietarios invitados a abandonar el país. *Monos y Monadas* (1905-1907)<sup>665</sup> es otro periódico que merece especial mención, por su originalidad y espíritu crítico. Fundado por Leonidas Yerovi, el semanario tuvo un carácter humorístico y satírico, apuntalado por el trabajo del célebre dibujante Julio Málaga Grenet (1886-1963). Aunque su vigencia fue corta, se ha mantenido como un referente inequívoco de su tiempo<sup>666</sup>.

Contemporáneamente al periodismo anarquista, al social y al satírico, se va estableciendo también en el Perú, progresivamente, una prensa de masas. Gabriela Machuca ha distinguido la prensa popular de la prensa de masas, que ella denomina “grande”. Mientras ésta dominaba la opinión pública, la prensa popular sólo tenía influencia entre los gremios a los que se dirigía. No tuvo circulación nacional ni se distinguió por cumplir fechas fijas de publicación. Su importancia radicó en su voluntad de dar espacio a los actores populares, ausentes en la prensa de masas<sup>667</sup>.

---

<sup>664</sup>.- Otros más que se sucedieron en la misma línea proletaria y sindicalista, por aquellos años, fueron *La Verdad* (1915), *El Obrero Panadero* (1916), *El Obrero Organizado* (1917), *El Martillo* (1918) y *La Razón* (1919). *El Tiempo* (1916) fundado por Pedro Ruiz Bravo ofreció también sus páginas a la causa obrera. *Acción Popular* (1910-1914) fue un periódico dirigido a los obreros, pero era en verdad la expresión populista del gobierno de Guillermo Billinghurst. El civilismo también procuró influir en los sectores populares a través de *El Obrero Ilustrado*.

<sup>665</sup>.- El nieto del fundador, del mismo nombre, refundó *Monos y Monadas* a fines de los setenta del siglo XX, con el mismo aire irreverente y despercudido, enfrentando al gobierno militar de Francisco Morales Bermúdez. Esta última versión se mantuvo hasta inicios de los ochenta, después del retorno de la democracia al Perú.

<sup>666</sup>.- Algunos otros exponentes de este periodismo humorístico han sido también: *El Murciélago*, *La Zamacueca Política*, *El Zurriago*, *La Campana*, *La Broma*, *El Cascabel*, *La Mascarada*, *El Chispazo*, *Buen Humor*, *La Neblina*, entre otros muchos títulos, además de numerosas páginas y columnas en periódicos de corte formal.

<sup>667</sup>.- Cfr. MACHUCA CASTILLO, Gabriela (2006): *La tinta, el pensamiento y las manos. La prensa popular anarquista, anarcosindicalista y obrera sindical en Lima 1900-1930*. Lima,

La autora ha clasificado la prensa popular en tres categorías: anarquista, anarcosindicalista y obrera-sindical. La prensa anarquista destacó por su ácida y constante crítica a la Iglesia Católica a la que condenó en todos los tonos. De igual forma, su propósito de minar toda forma de autoridad fue muy evidente. Tales ataques y condenas pueden llevarnos a concluir que su ética periodística fue muy pobre, sin embargo respondían a orientaciones ideológicas que escapaban del marco ético que hoy aceptamos como universal.

#### V.7.2. Hacia una Asociación de Periodistas

Mientras transcurría el período bajo comentario, surgían también nuevos empeños para formar una organización representativa de los periodistas. Uno de ellos se produjo el 13 de enero de 1898, cuando, según información del diario *El Comercio*, del día siguiente, se reunieron en el local de la Bomba Internacional, una estación del cuerpo de bomberos, los jefes de crónicas y cronistas de casi todos los periódicos de Lima y Callao, con el propósito de discutir los estatutos de una asociación de periodistas, cuyo objeto sería no sólo “obtener protección y apoyo mutuo entre los miembros de ella sino también con el laudable fin de propender al enaltecimiento y desarrollo de la prensa nacional”<sup>668</sup>. La clara finalidad de tal entidad sería semejante a la de su predecesora de 1891, a la que ya hemos aludido, y a la de los colegios profesionales actualmente existentes. El enaltecimiento al que se refiere la información, parece evidenciar la necesidad de los hombres de prensa de esos años finales del siglo XIX por obtener un reconocimiento social, ante el panorama sombrío que mostraba la prensa de entonces. Se hacía presente también, una vez más, la demanda de solidaridad en el gremio. Tampoco este segundo esfuerzo gremial logró su propósito.

El 15 de noviembre de 1908, convocados por Felipe Pardo y Aliaga y reunidos en el salón de sesiones de la Municipalidad de Lima, un grupo de hombres de prensa

---

Universidad de San Martín de Porres, p. 87. Tras un exhaustivo análisis cuantitativo y cualitativo de la prensa popular, la autora concluye en algunas notas características de este tipo de periodismo. Entre ellas destaca su virulencia contra la Iglesia católica y su negación de toda autoridad.

<sup>668</sup>.- Citado en SIFUENTES ALEMÁN, Ítalo (2008): *op. cit.*

constituyeron el Círculo de Periodistas de Lima. A la reunión asistieron 55 periodistas. El 11 de diciembre del mismo año, con la asistencia de 100 asociados, se eligió una directiva presidida por el senador y periodista Juan José Reinoso. El Círculo desapareció al poco tiempo. Según Gargúrevich no resistió la prueba de tener que enfrentarse al gobierno de turno en la defensa de la libertad de expresión, ante una asonada contra el diario *La Prensa*<sup>669</sup>.

Sólo el 15 de agosto de 1915 se fundaría una nueva entidad denominada Círculo de Cronistas, cuya Consejo Directivo provisional, encargado de la redacción de los estatutos, estuvo integrado por Ricardo Walter Stubbs, José Carlos Mariátegui, Ladislao Meza, Eudoxio Carrera Vergara y Fernando Vieites. El 3 de octubre de ese mismo año se instaló la primera Junta Directiva del denominado Círculo de Periodistas, en sustitución del nombre previo<sup>670</sup>. El Círculo, sin embargo, desapareció poco tiempo después, en medio de sonadas diferencias entre sus integrantes por su silencio ante la detención de su vicepresidente, el destacado ideólogo José Carlos Mariátegui (1894-1930), uno de los fundadores del socialismo en América Latina. Era noviembre de 1917. Hubo dos intentos posteriores de agrupar a los periodistas, en 1921 y 1924, con ocasión del centenario de la independencia nacional y de las batallas de Junín y Ayacucho, pero se trató, al parecer, sólo de encuentros sociales<sup>671</sup>. Habría que esperar hasta 1928, cuando se funda la Asociación Nacional de Periodistas del Perú.

Los empeños para constituir alguna forma de representación del periodismo tuvieron todos la misma constante: el enaltecimiento de la profesión y la ayuda mutua. La búsqueda de un reconocimiento profesional y la solidaridad entre los periodistas son también pilares de la ética periodística, que recién asomaba como preocupación propia de los profesionales.

---

<sup>669</sup>.- Cfr. GARGÚREVICH, Juan (1999): *op. cit.*, pp. 39-42.

<sup>670</sup>.- Cfr. ZANUTELLI ROSAS, Manuel (2008): *Periodistas peruanos del siglo XX. Itinerario biográfico*. Lima, Universidad de San Martín de Porres, pp. 230 y 345.

<sup>671</sup>.- Cfr. GARGÚREVICH, Juan (1999): *op. cit.*, pp. 51-52.



## V.8. Prensa de masas

### V.8.1. Ambiente político y social

En 1903 se funda el diario *La Prensa*, que inauguró un nuevo edificio y moderna maquinaria, capaz de acelerar el proceso de edición. Le siguen *La Crónica* en 1912<sup>672</sup> y *El Tiempo* en 1916.

«En esta transformación, que también incluye el interés por aumentar el número de lectores, pues los mecenas solitarios comenzarán a escasear, será necesario hacer concesiones al gusto popular y dedicar espacios cada vez mayores a los sucesos policiales, a los crímenes; en general, a lo que se llamó desde algún momento —y no sabemos por qué— *la crónica roja*. Quizá se deba a que es una sección mayormente ligada a hechos sangrientos»<sup>673</sup>.

Los gremios de trabajadores batallan en aquellos años por la conquista de sus derechos, especialmente por el incremento de salarios y la jornada de las ocho horas. *La Protesta* era su medio de expresión. Los tipógrafos participaban también activamente de aquellas jornadas. No había todavía, en cambio, asociación alguna que agrupara a los periodistas, pese a los esfuerzos destacados en el epígrafe anterior. Gobernaba ya José Pardo y Barreda, quien ejerció el mando supremo entre 1915 y 1919. A este mandatario, que también gobernó entre 1904 y 1908, se le reconoce el mérito de haber observado un irrestricto respeto por la libertad de prensa, pese a los insultos y agravios que profirieron en su contra algunos periódicos. “Pardo se muestra tan respetuoso de la ley y de las libertades públicas en su segundo gobierno, como lo había sido en el primero”<sup>674</sup>. Chirinos Soto recuerda las graves, al mismo tiempo que falsas, acusaciones que se formularon contra Pardo en los periódicos de la época.

---

<sup>672</sup>.- Un año más tarde, en septiembre de 1913, la imprenta donde se editaba este diario, al igual que las revistas *Variedades* e *Ilustración Peruana*, sufrió un atentado, perpetrado por seguidores del entonces presidente Guillermo Billinghurst.

<sup>673</sup>.- GARGÚREVICH Juan (2000): *La prensa sensacionalista en el Perú*. Lima, Fondo Editorial PUCP, p. 154.

<sup>674</sup>.- CHIRINOS SOTO, Enrique (1985): *Historia de la República 1821-1930* (Tomo I). Lima, Editores Importadores, p. 478.

«En 1917, Rafael Grau, hijo del héroe de Angamos, es asesinado en Palcazo... Adversario del gobierno, el crimen, empero, no puede imputarse a éste sino a trágicas rivalidades lugareñas. Miguel Grau, en la primera página de “El Tiempo” declara: “Yo, Miguel Grau, acuso a José Pardo del asesinato de mi hermano Rafael Grau”. El gobierno no se inmuta. No hay estatuto de prensa a la mano para castigar tamaña demasía»<sup>675</sup>.

La presidencia de Augusto B. Leguía (1919-1930), en cambio, conocida en la historiografía nacional como el “oncenio”, fue un largo período de recortes en las libertades públicas y de acoso a la prensa libre. Las sedes de los principales diarios fueron, en ocasiones, blanco de los ataques armados de turbas enardecidas empujadas por el leguismo. El mismo régimen expropió el diario *La Prensa* y forzó al exilio a su director Luis Fernán Cisneros<sup>676</sup>. También deportó, en 1922, al diputado Pedro Ruiz Bravo, antiguo director del diario *El Tiempo*, quien había expresado su opinión contraria a la política del gobierno ante las reivindicaciones que el Perú demandaba a Chile, como consecuencia de la Guerra del Pacífico<sup>677</sup>. El régimen de Leguía significó, en lo económico, el inicio de la modernización<sup>678</sup>, y, en lo político, el fin de los partidos tradicionales que habían gobernado el Perú desde la llegada del civilismo al poder, en la década de los 70 del siglo XIX. Leguía fue depuesto por el comandante Luis M. Sánchez Cerro.

---

<sup>675</sup>. - *Ibidem*.

<sup>676</sup>. - Cfr. BASADRE Jorge (1975): *La vida y la historia. Ensayos sobre personas, lugares y problemas*. Lima, Fondo del Libro del Banco Industrial del Perú, pp. 182-183. Cuenta Basadre que al solicitársele al presidente Leguía la libertad de Cisneros, respondió que no se trataba de un periodista sino de un conspirador.

<sup>677</sup>. - Cfr. BASADRE, Jorge (2005): *Historia de la República del Perú* (Tomo XIV), *op. cit.*, p. 86.

<sup>678</sup>. - Uno de los signos más claros de la modernización, en aquellos años, fue la llegada de la radio al Perú. La primera transmisión se hizo el 20 de junio de 1925 en presencia del presidente Leguía. Cfr. GARGÚREVICH, Juan (1995): *La Peruvian Broadcasting Co*. Lima, La Voz Ediciones, pp. 77-82. Aquellos años son también los de mayor ebullición en el pensamiento político peruano. La aparición de figuras como José Carlos Mariátegui, Víctor Raúl Haya de la Torre y Víctor Andrés Belaúnde, son también el reflejo de sendas corrientes en el panorama ideológico local: socialistas, social demócratas y socialcristianos, respectivamente, hacen sus particulares interpretaciones del devenir histórico del Perú y de las posibilidades de progreso que le depara el porvenir. La prensa local no pudo reflejar en gran medida ese álgido debate ideológico. En parte por la prematura desaparición de Mariátegui, en parte también por la intolerancia de los regímenes de fuerza, que pusieron varias veces fuera de la ley al movimiento liderado por Haya, a quien persiguieron dentro y fuera de las fronteras nacionales. Mariátegui, fundador del Partido Comunista en el Perú, dio origen también a las revistas *Amauta* y *Labor*.

Una característica central de la vida nacional, en el período que comentamos, fue el encono de los sucesivos gobiernos contra el APRA de Víctor Raúl Haya de la Torre (1895-1979). Aunque este partido no tenía un carácter revolucionario y contestaba las tesis marxistas sobre la lucha de clases y el imperialismo, nunca fue tolerado por los sectores dirigentes de país, dado su arraigo popular y su identificación con las luchas sociales de los jornaleros de la industria y de la agricultura y, tal vez, su anticlericalismo. Esta virulencia fue mayor después de la derrota electoral de Haya de la Torre en 1931, frente a la candidatura de Sánchez Cerro, y del alzamiento de sus militantes en Trujillo, que ocasionó la muerte de numerosos militares y la represión consiguiente. El antiaprismo, como se le ha llamado, estuvo en auge en los grandes medios de prensa.

#### V.8.2. Periódicos masivos

Hacia los años treinta del siglo anterior se produjo una gran mutación en el diarismo mundial. Se trató de la puesta en escena de la prensa de masas, caracterizada por su bajo costo y su fácil acceso entre las grandes mayorías. Esta tendencia, aunque con tardanza, fue también asentándose en el Perú.

En efecto, la prensa local dejó mucho de su halo romántico y combativo, para mostrar un rostro más comercial y empresarial. Los periódicos que hasta entonces habían pasado de la prensa doctrinaria de inicios del siglo XIX, a una prensa un tanto incendiaria, caracterizada por su pobreza conceptual y su uso como instrumento para la invectiva y la intolerancia, había retomado una senda más o menos honorable con la aparición del periodismo social y popular, identificado con causas altruistas. En esas tres etapas sin embargo, con todas sus deficiencias, el periodismo peruano parecía tener algo de lirismo y mucho de pasión. Con la llegada del periodismo de masas ese rostro partidario y politizado cede su lugar a grandes periódicos, con concretos intereses comerciales. Esta prensa de masas estuvo signada también por su carácter capitalino. Las restricciones para un periodismo nacional fueron, sin embargo, muy marcadas debido a las enormes dificultades geográficas y a la ausencia de vías eficientes de comunicación. Otra nota característica en su ejercicio fue su desinterés por las preocupaciones populares, en contradicción con la prensa anárquica y panfletaria que había tenido amplia difusión en las décadas precedentes.

Los grandes medios impresos del Perú lograron modernizarse desde las primeras décadas del siglo XX. De ello son ejemplo los diarios *El Comercio* y *La Prensa*, que habían importado al Perú las primeras rotativas, capaces de imprimir hasta 20 mil ejemplares de 16 páginas por hora, para una población, en Lima, que hacia los años veinte del siglo pasado apenas superaba los doscientos mil habitantes.

En la conducción de *El Comercio*, para entonces, se habían sucedido varios directores. Tras la desaparición de su fundador, Manuel Amunátegui, el diario fue conducido conjuntamente, desde 1875, por el médico Luis Carranza y José Antonio Miró Quesada. Esta conducción al alimón se prolongó hasta 1898 cuando falleció Carranza. Entonces queda en la dirección del periódico el primero de la saga de los Miró Quesada. Al hijo de éste, Antonio, le tocó conducir el periódico desde 1905 hasta octubre de 1933, cuando fue asesinado, junto con su esposa, por elementos vinculados al APRA. Este asesinato alimentó la animadversión contra ese partido.

Los hermanos Aurelio y Luis Miró Quesada continuaron en la dirección del diario. Enfrentados al APRA, se opusieron a todas las candidaturas auspiciadas por ese partido. Fallecido su hermano, don Luis quedó en el pleno dominio del periódico, en 1950. *El Comercio* se caracterizó también por sus prolongadas campañas contra el liberalismo extremo, promovido desde las páginas de *La Prensa*, de Beltrán, y sus intereses agroexportadores. También se comprometió intensamente en la lucha por la recuperación de los yacimientos petrolíferos a cargo de la *International Petroleum Company*, empresa norteamericana que tenía el control de la actividad petrolera en el Perú, en base a dudosos acuerdos con el estado peruano.

A principios del siglo XX había surgido el diario *La Prensa* (1903-1984), que tendrá notable influencia social y política hasta fines de ese siglo, aunque muchas veces acosado por regímenes de signo diverso. El presidente Leguía, en los años veinte, ordenó su confiscación y el apresamiento de sus redactores. El general Odría en los cincuenta encarceló a su entonces ya director propietario, Pedro Beltrán, en la mítica

isla prisión de El Frontón. El general Velasco también hizo lo suyo en los setenta, expropiándolo y entregándolo, supuestamente, a las comunidades laborales<sup>679</sup>.

El “señor de los mil agros”, como fue apodado Beltrán, logró el control de *La Prensa* en 1947 y protagonizó en los años cincuenta una auténtica revolución en el periodismo local. Tomando el estilo de los diarios norteamericanos, se formó allí la que fue conocida como “La Escuelita”, en referencia a la redacción del diario, donde el propio Beltrán daba instrucciones sobre la forma y estilo para presentar las noticias. La técnica de la pirámide invertida, el “lead”, la entrevista, el uso de un lenguaje directo y aguerrido y la pugna por la obtención de la primicia, se instauraron en la prensa nacional, como expresión del denominado “periodismo objetivo”<sup>680</sup>. Visto el fenómeno de *La Prensa* de mediados del siglo XX en clave ética, sería justo reconocer que dio una especial relevancia al tema de la objetividad de la información y al señalamiento de la verdad de los hechos, contados imparcialmente y distinguiéndolos de la opinión editorial. *La Prensa* resaltó así en el periodismo peruano el principio de objetividad, universalmente reconocido en los códigos deontológicos. La dirección del diario otorgó además amplios márgenes de independencia a los periodistas en su quehacer. Estos elementos fueron, probablemente, la razón de su marcado éxito en aquellos años<sup>681</sup>. Otros periódicos debieron también hacer cambios en sus redacciones para competir con *La Prensa*. Beltrán tomó como referencia los manuales de redacción y estilo de los grandes periódicos norteamericanos y se vinculó estrechamente a la Sociedad Interamericana de Prensa que, al mismo tiempo que era la más tenaz defensora de la

---

<sup>679</sup>.- Gargúrevich ha descrito cuatro etapas en la evolución de este diario, tan importante en el devenir del periodismo peruano: Demócrata y liberal (1903-1921); Leguista (1921-1930); Vocero agrario- exportador (1931-1974); Expropiación, devolución y crisis (1974-1984). Cfr. GARGÚREVICH, Juan (1991): *op. cit.*, p. 116.

<sup>680</sup>.- Sobre la revolución periodística protagonizada por *La Prensa* de Pedro Beltrán, puede consultarse en THORNDIKE, Guillermo (2000): *Ocupación, Testigo. La Edad de Plomo*. Lima, Universidad de San Martín de Porres. El denominado periodismo objetivo, sin embargo, ya tenía entonces casi un siglo de aplicación en la prensa norteamericana, tras desplazar a los diarios partidistas o centrados en cuestiones mercantiles. Cfr. GARGÚREVICH, Juan (1987): *Prensa, Radio y Televisión*. Lima, Horizonte, pp. 126 y siguientes.

<sup>681</sup>.- Paralelamente, circulaba también una prensa chica. Algunos de sus exponentes fueron el diario *La Nación* (1953-56), fundado por Carlos Hague Viale, cercano a la dictadura de Odría; el semanario *Libertad* (1956-62) vinculado al Partido Social Progresista, conducido por Francisco Moncloa, Germán Tito Gutiérrez, Efraín Ruiz Caro y Luis Felipe Angell; el mensual *Gala*, dirigido por Alfonso Telado. Otros títulos más fueron *Ya*, *Olé*, *Dedeté*, *Pan*, y muchos más.

libertad de prensa, mantenía como hasta ahora programas de entrenamiento para periodistas.

Mención aparte merece *La Tribuna*. Fundado en 1931, este periódico fue el vocero del Partido Aprista Peruano, liderado por el citado Haya de la Torre, quien años antes había dirigido *Claridad*. *La Tribuna* jugó un papel importante en la fallida campaña presidencial de Haya, en 1931. Manuel Seoane fue encargado de la dirección del periódico con la estrecha colaboración de Luis Alberto Sánchez. El periódico fue clausurado en febrero de 1932. Reapareció por breve lapso en 1933. Perseguido al igual que el APRA y sus mentores, volvió otra vez a manos de sus lectores en 1945, después de llegado al poder Bustamante y Rivero, con el apoyo de los apristas. Antes de la caída de este gobierno, una vez más los líderes del APRA y los redactores de *La Tribuna* debieron marchar al exilio o a la clandestinidad. Un año después del retorno a la democracia, en 1957, *La Tribuna* vuelve a ser voceada en las calles aunque sin los ímpetus de otros tiempos, pues el APRA había moderado ya sus posiciones iniciales. Mantuvo alguna vigencia hasta 1970, cuando sus activos fueron dados en parte de pago de antiguas acreencias. En los ochenta volvió a circular, aunque sólo para languidecer y sucumbir al poco tiempo.

*Caretas*, revista semanal fundada por Doris Gibson y Francisco Igartua en 1950, es otra de las instituciones del periodismo peruano de las últimas décadas<sup>682</sup>. Su compromiso con la democracia, su aire a veces irreverente, y la notabilidad de algunas de las plumas que por allí estamparon su tinta, hicieron de *Caretas* la revista política y social más importante del país. Enfrentada a la dictadura de Manuel Odría (1948-1956), primero, a la de Velasco y Morales Bermúdez, años más tarde, y al régimen autocrático de Fujimori, ha sabido dar continuidad a su liderazgo e influencia. El citado Igartua fundó también en 1962 la revista *Oiga*, tras desavenencias con Gibson. Esta revista

---

<sup>682</sup>.- También deben mencionarse dos publicaciones contemporáneas que, aunque breves en el tiempo de su circulación, representaron corrientes de pensamiento relevantes. La primera de ellas fue *Jornada* (1944-50). El semanario, fundado por Manuel Benavides Corbacho, tuvo entre sus filas a algunos social cristianos, como su jefe de Redacción, Luis Bedoya Reyes, de amplia trayectoria en la política nacional, liderando el Partido Popular Cristiano. *Jornada* estuvo vinculado al gobierno del Frente Democrático del presidente Bustamante y Rivero (1945-1948). El bisemanario *Vanguardia* (1945-48), por su parte, dirigido por Eudocio Ravines, tuvo el propósito de hacer proselitismo marxista, enfrascándose en ardorosas campañas contra el APRA y sus tesis sobre el imperialismo.

jugó un papel notable durante más de dos décadas y compitió con *Caretas* por el favor del público. La revista se interesó, sobre todo, en temas de política nacional. La revista *Gente*, fundada en 1957 por Enrique Escardó, a su vez, es parte de otro tipo de periodismo, más cercano al espectáculo y el glamour.

El diario *Correo*, fundado por el industrial pesquero Luis Banchemo Rossi, y dirigido por el periodista Raúl Villarán, fue otro medio influyente cuya vida se ha prolongado hasta nuestros días. Este periódico logró establecer una amplia red de distribución a nivel nacional y fue frecuentemente utilizado, en los sesenta, como un instrumento al servicio de los intereses de los exportadores de harina de pescado. Expropiado durante el gobierno militar en los setenta, ha pasado luego por diferentes grupos de interés. En los últimos años es un diario de bajo costo y alto tiraje. En el plano ideológico es un periódico liberal.

El diario *Expreso*, fundado en 1961, ha mantenido por años una nota polémica. Fue originalmente un proyecto autogestionario, de periodistas y trabajadores. Presentó una visión algo contestataria ante el *establishment* periodístico local, cercana incluso a posiciones de izquierda. Ante sus dificultades económicas fue adquirido en 1965 por Manuel Ulloa Elías, financista y político de renombre que le dio al diario un giro notable en lo ideológico. Fue clausurado por el gobierno de Juan Velasco (1968-1975) y tiempo después expropiado, por el mismo régimen. En 1980 fue devuelto a su antiguo propietario. Durante los ochenta y noventa el periódico fue uno de los voceros más combativos del liberalismo económico. En esa última década mantuvo un compromiso lamentable con el régimen de Alberto Fujimori. Fallecido Ulloa, el diario ha pasado por varios grupos de propietarios, pero ha mantenido su condición de vocero y promotor del liberalismo económico. Del mismo grupo editorial ha sido parte *Extra*. Ésta fue la versión popular de *Expreso*, acentuando su interés en el deporte, el espectáculo y la farándula.

### V.8.3. Prensa sensacionalista

El 7 de abril de 1912 se funda el diario *La Crónica*, el primer tabloide del medio. Su primer director fue el periodista Clemente Palma. En formato pequeño, con abundantes fotograbados sobre los sucesos policiales, un suplemento diario, y grandes

titulares más o menos sensacionalistas, inauguró en el Perú un estilo de hacer periodismo<sup>683</sup>. Fue *La Crónica* un diario con pretensiones populares. No se interesó demasiado en política, aunque fue identificado en sus inicios con el leguismo y luego con los gobiernos que le sucedieron, en virtud, sobre todo, de los cambios de propiedad que afrontó. Aunque no tuvo una posición predominante en el periodismo nacional, su vigencia se extendió a lo largo de casi todo el siglo XX.

Aparecía por entonces, aún con timidez, la crónica negra, dedicada a informar y contar historias truculentas, de homicidios y horror, que se hurgaban en los bajos fondos de la ciudad y en las dependencias policiales. Se sucedían en Lima algunos crímenes que, según las crónicas de entonces, ubicaban a la capital peruana entre las modernas ciudades del orbe. Pero los titulares de muerte eran todavía esporádicos. El cambio se produjo, según Jorge Salazar, en 1914<sup>684</sup>, como consecuencia de la primera guerra mundial y de la descripción que iniciaron los periódicos de los horrores de la conflagración. Llegada la década de los cuarenta, las páginas de los periódicos se llenan otra vez de sangrientas noticias provenientes de los varios frentes en los que se libraba la segunda guerra mundial. El Perú crecía y se ponía a tono con los escenarios delincuenciales de las grandes urbes y la prensa no se mantenía ajena a ese tipo de información, tan atractiva para un grueso sector de lectores.

«Será más o menos al inicio de esta nueva década de los 40, cuando los llamados diarios de circulación nacional (*El Comercio*, *La Prensa* y *La Crónica*) asuman cada uno de ellos su propia política informativa de cara a los sucesos policiales... será el diario *La Crónica* el que dará mayor cobertura y espacio a las noticias vinculadas al quebrantamiento de la ley...»<sup>685</sup>

Los otros diarios serán más selectivos frente a ese tipo de informaciones.

---

<sup>683</sup>.- Cfr. GARGÚREVICH, Juan (1991): *op. cit.*, p. 121.

<sup>684</sup>.- Cfr. SALAZAR Jorge (2001): *Historia de la Noticia: La Guerra y el Crimen. Un siglo de homicidios en el Perú* (vol. 2). Lima, Universidad de San Martín de Porres, pp. 11-12. El autor, en cuatro volúmenes, describe los más sonados homicidios ocurridos en el Perú, destacados ampliamente por la prensa nacional.

<sup>685</sup>.- SALAZAR, Jorge (2004): *Historia de la Noticia: La Guerra y el Crimen. De matar y morir* (vol. 3). Lima, Universidad de San Martín de Porres, p. 14.



*Última Hora*, fundada en 1950 por el ya mencionado Pedro Beltrán, pretendió dirigirse también a un público popular. El novedoso recurso usado entonces fue la jerga popular en los titulares y las tiras cómicas con personajes llenos de humor, representativos de la cultura popular peruana. Es considerado un hito central de la prensa sensacionalista en el Perú. Aunque en la actualidad esa prensa parecería ingenua, en sus días de mayor popularidad fue condenada por los sectores más tradicionales, alarmados por el amplio despliegue informativo sobre los temas policiales y el uso de un lenguaje popular, reñido con el habla culta.

Una fuente constante de desafíos éticos ha sido también el periodismo de espectáculos. Su origen en el Perú no es muy remoto. Data de mediados del siglo XX, cuando se distingue ya del periodismo cultural cuyos inicios se remontan al siglo XIX. El acontecimiento que culmina este cisma es la televisión, acentuado aún más por lo que Enrique León y Christian Ayala denominan el “sistema de estrellas”, que privilegia el interés por la vida de actores y divas, con perjuicio de su vida íntima<sup>686</sup>. Este interés desmedido por los personajes públicos, muchas veces consentido por estos, ha dado lugar a un conflicto ético recurrente, del que ya nos hemos ocupado en páginas anteriores, entre intimidad y libertad de información.

#### V.8.4. Abolición de los jurados de prensa y legislación represiva

La regulación de la prensa, en el período bajo estudio, sufrió varias modificaciones, respecto de la añeja norma de 1823 ya comentada en una sección anterior de este mismo capítulo. No obstante, el respeto a la ley no es una característica de esta etapa del devenir histórico en el Perú. Las leyes más que fruto del consenso ciudadano en la materia, sirvieron de coartada para la oportuna persecución de los opositores al poder político y económico.

En diciembre de 1930, durante el gobierno de Luis Sánchez Cerro, se dictó el Decreto Ley 6961. Su único considerando decía que la norma era provisional y que las disposiciones de la ley de 1823 eran anacrónicas e ineficaces. Incluyó la posibilidad de

---

<sup>686</sup>.- Cfr. AYALA CALDERÓN, Christian y LEÓN HUAMÁN, Enrique (2000): *El Periodismo Cultural y el de Espectáculos. Trayectoria en la Prensa Escrita. Lima, siglos XIX y XX*. Lima, Universidad de San Martín de Porres, p. 142.

difamación o injuria a través del cine, fonógrafo, radio o cualquier medio de publicidad. Esta norma sustituyó, aunque no derogó, la ley de imprenta de 1823. Penaba también, como delitos de imprenta, la injuria, la difamación, la calumnia, la provocación al homicidio, robo, incendio u otros estragos, así como la incitación a la guerra civil o a cualquier forma de sedición. La norma abolió definitivamente los jurados creados en 1823, transfiriendo la competencia en los delitos de imprenta a los tribunales ordinarios. El decreto ley estableció también algunas obligaciones formales de los editores de periódicos, relativas a la consigna de datos y envío de ejemplares a la autoridad política de la jurisdicción<sup>687</sup>. A partir de entonces, las sucesivas leyes de imprenta mantuvieron un carácter represivo, antes que promotor de la libre expresión. Poca vigencia tuvo la norma bajo comentario, pues el mismo Sánchez Cerro promulgó, en medio de serios avatares políticos, la ley 7479, conocida también como Ley de Emergencia, que prohibió “la difusión de noticias que puedan quebrantar el crédito del país o perturbar la paz o el orden público” y autorizó al Ministerio de Gobierno a clausurar centros o asociaciones que contribuyeran a ese propósito. Esta última ley fue aplicada con una enorme amplitud de interpretación, a toda la prensa opositora.

Al régimen de Sánchez Cerro, asesinado en 1933, le sucedió el del mariscal Oscar R. Benavides. Éste promulgó, en las postrimerías de su gobierno, el 23 de noviembre de 1939, la ley 9034, que reguló con detalle las infracciones en que podía incurrir la prensa<sup>688</sup>. Esta ley derogó definitivamente la muy referida ley de imprenta de 1823, algunos de cuyos preceptos se habían mantenido vigentes durante 116 años. La nueva norma, que comprendía seis capítulos y 78 artículos, recogía varias cuestiones de interés desde el punto de vista del estudio de la ética periodística en el Perú<sup>689</sup>. Sin

---

<sup>687</sup>. - Ver texto de la norma en el Anexo N° 7.

<sup>688</sup>. - Benavides completó la obra restrictiva de la libertad de prensa, mediante las leyes 8528, 8505 y 8842 que, aunque no tenían como objeto específico regular la actividad periodística, sirvieron como instrumentos para garantizar un orden más o menos dictatorial y represivo, proscribiendo la difusión de “doctrinas comunistas o disociadoras”, facultando a las autoridades a “confiscar y destruir” los medios que se emplearen en ese propósito, o sancionando a las empresas periodísticas que publicasen “informaciones falsas y tendenciosas”, respectivamente.

<sup>689</sup>. - Se ocupó, por ejemplo, extensamente del derecho de respuesta y rectificación, fijando en dos mil soles la multa a los directores que incumplieran con las reglas allí estipuladas. Sancionó también las publicaciones o reproducciones de noticias falsas, de documentos supuestos o adulterados u oficiales, que sean reservados por su naturaleza, los ultrajes a la religión católica, a la moral, a las buenas costumbres, mediante algún medio de publicidad, o su venta, oferta o distribución. De igual forma reprimía las canciones obscenas y los delitos contra el honor. Las penas se duplicaban si los delitos de imprenta contrarios a la religión, la moral y las buenas

embargo, su propósito era claramente político. Se trataba de dotar al gobierno saliente, y al entrante, de un instrumento más para la represión de los movimientos políticos y sociales opositores, que se movían aún en la clandestinidad.

Sólo a finales de 1939, con la llegada al poder de Manuel Prado Ugarteche, se produce en el Perú un retorno a formas más propias de la constitucionalidad democrática, aunque la ley de imprenta de Benavides se mantuvo vigente y las restricciones a los movimientos populares no cesaron. A Prado le siguió en el ejercicio del poder el ilustre jurista don José Luis Bustamante y Rivero (1945-48), quien incluso alcanzara años después la presidencia del Tribunal Internacional de Justicia en La Haya. Durante su breve mandato, el 14 de diciembre de 1945, se promulgó la ley 10309, modificada en su primer artículo —nota pintoresca del Congreso peruano— un día después. El artículo original reconocía el derecho de editar cualquier órgano de publicidad, “siempre que no ataque a las libertades individuales”. Esta formulación ambigua abría paso a cualquier arbitrariedad. De igual manera se señalaba que la Corte Suprema podría decidir la clausura de un periódico. El artículo sustitutorio se limitó a afirmar: “Todos tienen derecho de emitir libremente sus ideas y opiniones por medio de la prensa, bajo la responsabilidad que establecen las leyes”. El articulado de la ley no difirió demasiado de la precedente sobre la materia, de 1939. Las novedades contenidas se reducen a la obligación anual de las empresas periodísticas de publicar la relación de accionistas y a otra de tipo penal, por la cual los delitos tipificados en el código penal, que se cometan por medio de periódicos y volantes, recibirían pena doble o lo más grave en caso de penas alternativas. La ley 14949, agregó, bajo los alcances de la ley 10309, los espacios periodísticos e informativos y los editoriales que transmitan las estaciones de radio y televisión. El progresivo endurecimiento de las normas legales sobre la prensa ya parecía exceder una limpia preocupación por el cuidado de los valores y la ética en la prensa. Se trataba, más bien, de intimidar a los medios identificados con ciertos sectores sociales y políticos que emergían a la vida pública con una agenda reivindicativa.

---

costumbres tendían a pervertir a menores de 20 años. Permitía también la ley la incautación judicial contra los infractores, de imprentas, talleres y oficinas. Se recogió además en la norma el principio de la excepción de la verdad, en el caso de faltas contra el honor. La ley admitió la jurisdicción de cortes marciales cuando los delitos de imprenta tenían finalidad político social.

El gobierno de Bustamante y Rivero fue interrumpido, una vez más, por un golpe militar en 1948, el de su Ministro de Guerra, el general Manuel Arturo Odría, quien gobernó hasta 1956. En 1949, ya durante la dictadura que presidió, fue promulgada la llamada Ley de Seguridad Interior, que incorporaba un largo listado de tipificaciones que recortaban las libertades de expresión e información. En su aplicación se multó diarios, se los clausuró y se encarceló periodistas. Fue usada, como otras de sus predecesoras, para impedir la circulación de la prensa opositora.

Mediante las elecciones de 1956, retornó Prado a la primea magistratura de la nación, aunque no pudo completar su mandato y fue derrocado por otro golpe de estado, en julio de 1962, por una breve Junta Militar que convocó a elecciones libres para el año siguiente, ganadas por el arquitecto Fernando Belaúnde Terry.

#### V.8.5. Establecimiento de los gremios de periodistas

Por aquellos años se produjo un hito importante en la evolución del quehacer ético del periodismo peruano. Se fundó, el 22 de julio de 1928, la Asociación Nacional de Periodistas del Perú (ANP). El primer presidente fue el periodista Germán Lazarte. Nacida del seno del diario *La Prensa*, se afilió pronto a la Federación Internacional de Periodistas con sede en Bruselas. Al momento de constituirse fueron aprobadas unas Bases Generales de la Asociación. La ANP sostiene desde entonces sus principios de autonomía, pluralidad y cooperación mutua. La entidad tuvo un carácter netamente gremial, lo que la llevó a enfrentamientos con los propietarios del diario *El Comercio*, que no veían con simpatía una agrupación gestada a instancias del diario competidor y, además, con limitada participación de los editores y propietarios de los periódicos. En 1931, incluso, un nuevo estatuto estableció el carácter sindical de la Asociación.

Tras la caída de Leguía y el establecimiento de regímenes militares, la Asociación Nacional de Periodistas perdió vigencia. Desavenencias en su interior provocaron la fundación, en agosto de 1950, de la Federación de Periodistas del Perú (FPP). La Federación tenía también un carácter gremial y reivindicativo, respecto de los derechos laborales de sus afiliados. Su preocupación por la ética periodística fue más explícita, pues en su primer Congreso Nacional, realizado el 1 de octubre de ese año, se trató y aprobó un Código de Honor del Periodista Peruano, el primero del que tenemos

noticia en el Perú. Ambas entidades son independientes de los directivos de los medios de prensa. Por el contrario, sus integrantes son periodistas gremialistas, interesados en la defensa y reivindicación de sus derechos profesionales<sup>690</sup>.

#### V.8.6. Reconocimiento de la profesión de periodista

Paralelamente se instauraba en el Perú la formación profesional de los periodistas a nivel universitario. La Pontificia Universidad Católica del Perú fundó en 1945 su Escuela de Periodismo, bajo la dirección de Matilde Pérez Palacio. La directora elaboró un programa de estudios fuertemente influenciado por referentes argentinos y norteamericanos, especialmente de la Universidad de Columbia. La Universidad Nacional Mayor de San Marcos también lanzaba por aquellos años los estudios de periodismo, bajo la conducción inicial de José Gabriel López, al que le siguió Andrés García de Barga y Gómez de la Serna (Corpus Barga), a los que nos hemos referido en otro apartado de este trabajo. La profesionalización otorgaba ya un estatus diferente al ejercicio de una actividad que hasta pocos años antes había sido tenida como oficio irregular de “alcanza rejones” o “dateros”, es decir personas que no se empleaban de un modo regular en el oficio, sino que alcanzaban a cuenta propia informaciones por las que recibían alguna compensación, sin mayor compromiso con el periódico. Estos personajes, además, eran percibidos por la sociedad como bohemios, aficionados a la tertulia y la vida disipada.

Durante el primer mandato presidencial de Fernando Belaúnde (1963-1968) se dictó la ley 15630, del 28 de *septiembre* de 1965, que reconoció la profesión del

---

<sup>690</sup>.- Otros gremios de periodistas, aunque de menor importancia y muchos de ellos extinguidos al redactar estas líneas, son los siguientes: Asociación de Reporteros Gráficos (1952), Asociación de Cronistas de Cine, Radio y Teatro (1955), Asociación Nacional de la Prensa no Diaria (1963), Club de Periodistas del Perú (1965), Círculo de Periodistas Taurinos del Perú (1968), Asociación Nacional de Directores de la Prensa Chica y Revistas Especializadas del Perú (1970), Unión de Periodistas Profesionales del Perú (1970), Círculo de Periodistas Deportivos del Perú (1970), Federación Nacional de Trabajadores de Radio y Televisión (1972), Asociación Peruana de Escritores y Periodistas de Turismo (1972), Asociación Femenina de Periodistas del Perú (1975), Círculo de Periodistas del Sector Privado (1975), Círculo de Periodistas del Aeropuerto Internacional (1979), Círculo de Periodistas Adscritos a Palacio de Gobierno (1989), Círculo de Cronistas Parlamentarios (1980), Círculo de Periodistas Judiciales (1980), Consejo Nacional de Periodistas del Perú (1982), Unión de Periodistas Democráticos del Perú (1984), Asociación de Periodistas Estatales (1986), Círculo de Periodistas Adscritos a la Municipalidad de Lima Metropolitana (1986), Federación de Trabajadores de la Comunicación Social (1990). Cfr. GARGÚREVICH, Juan (1999): *op. cit.*, p. 84.

periodista y dispuso adicionalmente el otorgamiento de título universitario para quienes tenían más de seis años ejerciéndola<sup>691</sup>. El reglamento de la norma estableció en su artículo 14° la creación de un Comité de Ética Profesional, compuesto por los presidentes y secretarios de la Federación de Periodistas del Perú y de la Asociación Nacional de Periodistas del Perú, respectivamente. Este Comité tendría por misión velar por el cumplimiento de las normas morales que alcanzan a los periodistas profesionales. Con ese propósito aprobó el 4 de febrero de 1966 un Código de Ética del Periodista Profesional. Éste fue el segundo en su género —ya hemos citado el de la Federación de Periodistas del Perú de 1950— con validez nacional y pleno reconocimiento de las entidades representativas de la prensa<sup>692</sup>.

Tanto la creación del Comité de Ética, como la aprobación del Código respectivo, constituyen a nuestro juicio el primer empeño para establecer en el Perú un sistema de autorregulación de la prensa. Puede rechazarse esta postura alegando que ambos mecanismos fueron dispuestos por ley y no por la propia iniciativa de los profesionales. Sin embargo, estos prestaron su atención a los debates pertinentes y acogieron la norma con interés. Hemos admitido además, al evaluar el concepto de autocontrol, que éste será legítimo aún cuando los mecanismos pertinentes sean señalados por ley, a condición de que sean ejercitados por los propios periodistas, con garantía de su plena autonomía y en un ambiente de respeto por las libertades públicas, como en efecto ocurrió en el Perú por aquellos años. La iniciativa, sin embargo, cayó en desuso y careció de un instrumento para verificar su cumplimiento.

Aunque no es objeto de esta investigación, cabe mencionar la influencia benéfica que cupo en aquellos años a la televisión en el ensanchamiento de las

---

<sup>691</sup>.- El texto de la norma citada puede verse en el Anexo N° 8.

<sup>692</sup>.- El código en mención tuvo nueve artículos: 1) Informar con verdad. 2) Encausar la información, en contenido y forma, dentro de las reglas del decoro social. 3) Opinar con libertad y honradez, sin mediatizar el juicio o traficar con el criterio. 4) Rechazar prebendas o recompensas en el desempeño de su misión. 5) No injuriar, difamar, calumniar o lastimar el honor de las personas. 6) Combatir todo género de obscenidad, pornografía o publicación degradante, gráfico, hablada, escrita, televisada o radio difundida, en salvaguarda de la salud espiritual colectiva. 7) Defender la libertad de expresión, las garantías constitucionales, individuales y sociales, y denunciar cualquier ataque, directo o indirecto, que menoscabe la vigencia del orden democrático que rige la sociedad peruana. 8) Guardar el secreto de las fuentes de información y respetar la confianza que depositan en ellos quienes ponen en su conocimiento hechos, noticias o antecedentes reservados. 9) Observar una intachable y digna conducta profesional. Tomado de HUACCHA C., José Carlos (1971): *op. cit.*, pp. 114-115.

libertades de expresión e información. En 1956 se emite la primera señal televisiva a través de una emisora estatal de televisión. Dos años más tarde se inician las emisiones del primer canal de televisión comercial. Pedro Planas ha mostrado cómo en sus inicios, y hasta 1968, la televisión fue un ágora abierta para el debate plural de los temas de interés público<sup>693</sup>.

Entre 1956 y el 3 de octubre de 1968, con sus numerosos vaivenes, el diarismo en el Perú se ejerció con relativa libertad. En esa fecha se produjo un golpe de estado liderado por el general Juan Velasco Alvarado, que depone al gobierno constitucional del arquitecto Fernando Belaúnde Terry. Los medios peruanos constituían en 1968 uno de los sistemas mejor estructurados del continente. No obstante, Pierce anota la identificación de aquellos medios con ciertas familias distinguidas y económicamente poderosas<sup>694</sup>.

#### V.9. Prensa “parametrada”

El 3 de octubre de 1968 fue derrocado el gobierno constitucional del arquitecto Fernando Belaúnde Terry, por un golpe de estado liderado por el general Juan Velasco Alvarado. No fue uno más de los cuartelazos ya conocidos en la historia del Perú. Se trató de un proyecto mucho más vasto y original. Los militares de entonces habían desarrollado desde fines de los años cincuenta un interés marcado por las cuestiones del desarrollo. El Centro de Altos Estudios Militares, fundado por el general José del Carmen Marín, había sido por años un espacio de reflexión para los militares, en torno de los problemas más acuciantes del país, y un foco en el que se fue incubando una ideología desarrollista, inédita hasta entonces en las fuerzas armadas de la región.

---

<sup>693</sup>. - Cfr. PLANAS SILVA, Pedro (2001): *La Videopolítica en el Perú. Las elecciones y el acceso de los partidos y los candidatos en los inicios de la televisión peruana*. Lima, Universidad de San Martín de Porres.

<sup>694</sup>. - En *El Comercio* había casi medio centenar de integrantes de la familia Miró Quesada. *La Prensa* era propiedad de Pedro Beltrán, antiguo primer ministro. *Expreso* pertenecía a Manuel Ulloa, ministro del último gabinete antes del golpe de estado y socio del grupo del entonces ya desaparecido magnate John D. Rockefeller. *La Crónica* tenía como dueños a los miembros de la familia Prado, algunos de los cuales habían ejercido la presidencia del Perú. El diario *Correo* había sido fundado pocos años atrás por el magnate pesquero Luis Banchero Rossi. Cfr. PIERCE, Robert N. (1982): *Libertad de expresión en América Latina. Técnicas y sistemas de control de la prensa*. Barcelona, Mitre, p. 180.

Aquellos años eran también de una notable ebullición social en el continente. Amplios movimientos sociales clamaban por reformas agrarias y el control estatal de los recursos naturales. Movimientos políticos populistas se hacían del poder en varios países latinoamericanos, cuando no gobiernos claramente favorables a los cambios sociales. Cuba consolidaba su revolución socialista, al mismo tiempo que el presidente Eduardo Frei en Chile hacía una reforma agraria y nacionalizaba el cobre. La Comisión Económica para América Latina (CEPAL) denunciaba la dependencia de los países periféricos, respecto de las economías centrales y promovía un “crecimiento hacia dentro”, mediante la estrategia de sustitución de importaciones, entre tanto en los Estados Unidos aún resonaban los ecos de las proclamas del asesinado presidente Kennedy a favor de una Alianza para el Progreso.

En materia de prensa, se promovía desde la UNESCO un Nuevo Orden Mundial de la Información y las Comunicaciones (NOMIC). En el Perú, en los sesenta, se habían producido ya fallidos movimientos revolucionarios de izquierda. El ascenso y desarrollo de las clases medias y la creciente urbanización del país, fueron otros factores que coadyuvaron a un clima favorable al movimiento militar de 1968. Habían quedado atrás centurias de inmovilismo y los pueblos sintieron que los cambios eran posibles, que el esquivo desarrollo estaba ya a su alcance.

Visto en perspectiva, no podía extrañar el asentamiento de un gobierno militar de corte revolucionario. Fue una dictadura militar en toda regla, pero con características muy originales. No se trató de la típica dictadura represiva, vinculada a los sectores oligárquicos del país. Por el contrario. Entre sus primeras medidas estuvo la nacionalización de los yacimientos petrolíferos en manos de la *International Petroleum Company*, y pocos meses después la realización de una profunda y extensa Reforma Agraria, que acabó en el Perú con el latifundio y el poder semi feudal de la oligarquía terrateniente. A estas medidas le siguieron nacionalizaciones y expropiaciones en la banca y en otros sectores productivos y se inició un intenso debate ideológico en torno del modelo de sociedad que se pretendía construir. Se acuñó incluso un cliché para denominar a esa quimera: la Democracia Social de Participación Plena. Los militares mesocráticos de entonces y sus colaboradores civiles plasmaban así sus idílicas inquietudes, rechazando por igual el capitalismo y el comunismo, en medio del desconcierto de los sectores más poderosos del país.



Tales medidas no podían sino provocar las más enconadas reacciones de los sectores empresariales afectados, y la virulencia de los medios de comunicación que les eran afines. Por cierto que otros sectores políticos y sociales enfrentaron también al gobierno militar por sus legítimas convicciones democráticas. El llamado Gobierno Revolucionario de las Fuerzas Armadas no estuvo tampoco libre de excesos y atropellos.

#### V.9.1. Parámetros de la revolución

Al producirse el golpe de Estado los medios actuaron de modo diverso. *El Comercio* respaldó las primeras medidas del régimen, a favor de la nacionalización del petróleo, materia sobre la que había librado prolongadas campañas. *La Prensa* y *Expreso*, que representaban al sector agro exportador y al financiero, respectivamente, estuvieron enfrentados al régimen desde un principio. La agresividad verbal del presidente Velasco contra algunos medios de prensa fue una nota destacable y un anticipo de lo que vendría. Ya en las primeras semanas del gobierno fue allanado el local de *Expreso* y *Extra* y clausurados estos periódicos, propiedad de Manuel Ulloa, ministro de Hacienda del gobierno derrocado. Enrique Zileri, propietario del semanario *Caretas*, fue también detenido.

Todos los periódicos de dimensión nacional representaban concretos intereses económicos, muchos de los cuales se vieron afectados por el régimen militar naciente. A partir de entonces se suceden algunos conflictos entre el poder y la prensa. Pero es con la aprobación del llamado Estatuto de la Libertad de Prensa, contenido en el decreto ley 18075 del 30 de diciembre de 1969, cuando se produce ya un total enfrentamiento entre el gobierno y los medios de comunicación. No es del caso hacer un análisis de la norma. Cabe señalar sin embargo que —pese a los considerandos de la ley que aludían a comprobados casos de difamación que no debían quedar impunes— ésta tenía un claro propósito de control de la prensa, como se evidencia en el largo listado de siete infracciones y diez delitos establecidos en el Capítulo VI del estatuto. A su amparo fueron denunciados, perseguidos e incluso encarcelados varios periodistas.

La reacción de los grandes medios fue de rechazo unánime. Entre tanto, a los pocos días, era clausurado el diario *La Tribuna*, del Partido Aprista, aunque para ello se usaron argucias legalistas en torno a viejas deudas pendientes de la empresa periodística propietaria del medio. En marzo de 1970 el gobierno expropió las acciones de los diarios *Expreso* y *Extra*, entregándolos a los dirigentes del sindicato de la empresa y a ciertos periodistas afines, que resultaron aguerridos defensores del régimen.

Algunos otros instrumentos legales fueron utilizados para imponer una sólida presencia estatal en los medios. La ley General de Telecomunicaciones, por ejemplo, estableció en 1970 la participación del estado con un porcentaje de acciones que le permitió, de inmediato, el control de las mayores emisoras de radio y televisión, compartiendo la propiedad con sus dueños. La creación en 1974 del Sistema Nacional de Información y de su ente rector, la Oficina Central de Información (OCI), fue otro hito en esta pendiente acelerada en que fue sucumbiendo la libertad de prensa en el Perú. Ese fue un instrumento para la censura de los contenidos en los más importantes medios de comunicación del país que, según el lenguaje de la época, no se ajustaran a los parámetros de la revolución.

#### V.9.2. Confiscación de la prensa

Cuando todo aquello fue insuficiente para controlar las libertades de expresión e información, el gobierno revolucionario del general Juan Velasco Alvarado ocupó militarmente los diarios de circulación nacional, designando directores y asignándolos a diversos sectores sociales. Ello ocurrió el 27 de julio de 1974. Todos los diarios con tiraje superior a 20 mil ejemplares fueron expropiados —confiscados en verdad—, para ser entregados a los sectores sociales organizados, tales como organizaciones campesinas, comunidades laborales, gremios profesionales, sector cooperativo, sector educativo, entre otros. Una ley estableció los mecanismos mediante los cuales se constituirían estos sectores, señalando un período de transición de un año, durante el cual los periódicos serían conducidos por directores nombrados por el gobierno. Tales organizaciones no fueron nunca constituidas de un modo formal y, hasta el término del

régimen militar, en 1980, los directores de los medios fueron nombrados por el gobierno y estuvieron bajo su directa dependencia<sup>695</sup>.

Es cierto que el régimen militar cambió radicalmente de signo el 29 de agosto de 1975, cuando una reacción de sectores más moderados al interior de las mismas Fuerzas Armadas, alarmados por los excesos izquierdistas de Velasco, decidieron deponerlo. Al frente del gobierno quedó el general Francisco Morales Bermúdez. Fue este el fin del proyecto socializante y el inicio de un tortuoso proceso de retorno a la democracia, culminado en 1980, tras la realización de una Asamblea Constituyente. Durante esos cinco años la prensa se mantuvo bajo el control estatal. Los grandes diarios de circulación nacional, la “prensa parametrada” como le llamó la oposición, estuvo completamente sojuzgada al régimen. La televisión y la radio corrieron la misma suerte. El militarismo se batía ya en retroceso en el continente ante las demandas populares de democracia y respeto de los derechos humanos.

En 1978 el gobierno dictó una nueva ley de prensa que ya no consideró el traspaso de los periódicos a los sectores organizados de la población. Autorizó la creación de nuevos periódicos, siempre que ningún socio tuviera más del cinco por ciento de la propiedad. La ley fue rechazada por todos los sectores. Se fundaron más bien algunos semanarios de oposición como *El Tiempo y Opinión Libre*, identificados con la derecha política, o *Amauta*, *Marka*, *Unidad* y *Kunan* con diferentes sectores de la izquierda. Estos medios fueron muchas veces perseguidos y sus directivos y redactores acosados e incluso deportados.

### V.9.3. Retorno de las libertades públicas

La constitución aprobada en 1979, y puesta en vigencia el 28 de julio de 1980, cuando Belaúnde Terry retornó al poder, reconoció plenamente las libertades de expresión e información y aportó el marco legal en el que nuevamente rigieron esos

---

<sup>695</sup>.- Sobre la constante confrontación entre el gobierno militar y la prensa puede consultarse en ROSPIGLIOSI, Fernando (2000): *El Arte del Engaño. Las relaciones entre los militares y la prensa*. Lima, Tarea, pp. 65 y siguientes. Sobre las normas legales dictadas por el gobierno militar en relación a la prensa, puede verse PERLA ANAYA, José (1997): *La Prensa, la Gente y los Gobiernos*. Lima, Universidad de Lima, tercera edición, pp. 97-122. También puede hallarse un análisis al respecto en PIERCE, Robert N. (1982): *op. cit.*, pp. 175-209.

derechos, de modo irrestricto. Belaúnde despidió a los directores de los periódicos de circulación nacional y entregó estos medios a sus antiguos propietarios. De igual forma, los principales canales de televisión retornaron a sus dueños legítimos, desechando la participación estatal en ellos y desactivando Telecentro, que había sido un instrumento mediante el cual se aglutinó a los dos canales de televisión privados más importantes del medio.

El ejercicio de la libertad de prensa siguió en el Perú la misma suerte de los cambiantes signos de los sucesivos gobiernos. El péndulo civil militar también operó en lo que a libertades públicas se refiere. Los gobiernos civiles, más respetuosos de la constitucionalidad, toleraron por lo general estos derechos. Las dictaduras, como es de esperarse, hicieron de ellos tabla rasa. No obstante, en las últimas tres décadas del siglo pasado las Fuerzas Armadas peruanas ejercieron una notable influencia en el quehacer político del país, incluso más allá del término del gobierno militar acaecido entre 1968 y 1980. Cuando el Perú retornó a la institucionalidad democrática, debió enfrentar la violencia ilimitada del terrorismo, mientras los sucesivos gobiernos constitucionales de Fernando Belaúnde Terry (1980-85) y de Alan García Pérez (1985-90), se veían forzados a declarar progresivamente en estado de emergencia la mayor parte del territorio nacional, designando autoridades político militares para la gestión en aquellas jurisdicciones. La llegada de Alberto Fujimori a la presidencia de la república significó el establecimiento de una suerte de gobierno cívico militar, donde el rol del elemento castrense se hizo todavía más decisivo. La prensa peruana resintió durante todos esos años las limitaciones que este peso desbordante de las Fuerzas Armadas imponía a las libertades de expresión e información<sup>696</sup>.

---

<sup>696</sup>.- Sobre esta conflictiva relación entre Prensa y Fuerzas Armadas puede consultarse en INSTITUTO PRENSA Y SOCIEDAD (2002): *Prensa y Militares. Informe, Debate, Perspectivas*. Lima, IPYS. Esta obra analiza tres décadas de tormentosa relación entre la prensa y las fuerzas armadas, cuya participación en el gobierno, directa o indirectamente, fue decisiva durante el período. También ROSPIGLIOSI, Fernando (2000): *op. cit.* El mismo lapso fue estudiado, aunque en perspectiva penal, por José Ugaz. Este autor dio cuenta de los procesos judiciales habidos en el Perú en materia de difamación. Encontró que en el conflicto entre libertad de expresión y derecho al honor, las sentencias de los jueces peruanos se inclinaban mayoritariamente a favor del segundo, sin una ponderación adecuada de los valores en conflicto. A diferencia de la tendencia predominante en la doctrina y la jurisprudencia comparada, en el Perú la judicatura otorgaba un mayor espacio de protección del honor a las personas con función pública, respecto de aquellas que carecían de esta relevancia. No obstante, se encontró también una marcada proclividad a absolver a los querellados. Asimismo, la investigación encuentra una relación entre la vinculación del accionante con el poder, el control

#### V.10. La prensa en tiempos de terrorismo

Si bien la década de los ochenta del siglo anterior fue un período de primavera democrática —desde el punto de vista de la vigencia del estado de derecho y del respeto de las libertades de expresión e información—, fue también un tiempo de inseguridad y angustia, causadas por la emergencia de la subversión terrorista. Las asechanzas al oficio no estuvieron ausentes.

La mayor amenaza a la libertad de prensa en aquellos años no provino ya de los gobiernos, sino de la acción sanguinaria del terrorismo y, también, de la reacción represiva de las Fuerzas Armadas. Sendero Luminoso, un grupo terrorista de origen maoísta, desencadenó en mayo de 1980 una cruenta lucha contra el estado peruano y su población, a la que quiso someter para fundar lo que su cabecilla llamaba una República Popular de Nueva Democracia. Su proyecto ha sido comparado con el de Pol Pot en Camboya y sus camaradas rojos.

##### V.10.1. Responsabilidad de la prensa

Macassi ha otorgado a la prensa parte de la responsabilidad del desborde del terrorismo en aquellos años y de la represión consiguiente.

«Los medios —dice— fungieron de altavoces de las acciones terroristas, pero al mismo tiempo, esta alarma social y el tratamiento tremendista y amarillista que muchos diarios y noticieros hicieron facilitaron las posturas más radicales en el ejército y en la política por una respuesta fuerte, por una Guerra total, de cierta manera el extremo sensacionalista de los medios a fines de 1982 favoreció a las posturas más radicales del conflicto armado, a Sendero Luminoso y a los halcones del ejército»<sup>697</sup>.

---

judicial por el poder político y el resultado de los procesos instaurados contra los periodistas. Cfr. UGAZ SÁNCHEZ-MORENO, José Carlos (1999): *Prensa Juzgada. Treinta años de juicios a periodistas peruanos (1969-1999)*. Lima, Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas.

<sup>697</sup>.- MACASSI LAVANDER, Sandro (2002): “El periodismo peruano frente al conflicto. Fallas estructurales o pecados de omisión”. En *Revista de la Universidad del Azuay* (Cuenca Ecuador) N° 28, p. 133.

Los grupos subversivos se beneficiaban de la propaganda que hacían los medios de sus acciones. Una deficiente comprensión de su rol y las ansias de ganar la primicia y con ello la lectoría del público, llevaron a los medios a una carrera de espanto, para escribir sobre los detalles más truculentos o mostrar los cuadros más desgarradores.

«El terrorismo y los medios de comunicación —dice Gonzales Manrique— se explotan mutuamente: el primero no tiene mayor sentido sin la cobertura de los segundos y los terroristas usan los medios masivos con fines tácticos y estratégicos. Los medios hacen de las acciones armadas noticias»<sup>698</sup>.

Un acontecimiento que enlutó en 1983 al periodismo nacional fue la masacre de Uchuraccay, en la que perecieron ocho periodistas que intentaban cubrir información en remotos parajes de la sierra peruana, sobre las incursiones terroristas y la acción represiva de la policía. Una comisión presidida por el escritor Mario Vargas Llosa concluyó su misión sin mayores hallazgos, pero con profundas reflexiones sobre las condiciones culturales de esos pueblos remotos del Perú, donde los periodistas habrían sido confundidos con terroristas.

Rospigliosi ha descrito el pensamiento militar sobre la libertad de expresión, en el contexto del accionar terrorista. Citando a los actores de la década de los ochenta, concluye que los militares consideraban ese derecho como una traba para acabar con la subversión. Toda condena desde la prensa a las violaciones de los derechos humanos por acción de agentes del Estado, era considerada por los institutos castrenses como una ventaja para los movimientos violentistas<sup>699</sup>.

En la misma década bajo comentario, los periodistas debieron afrontar los intentos de ciertos sectores políticos que, en el contexto de la lucha antiterrorista, procuraron ciertas normas como la llamada ley de desacato, promulgada en noviembre de 1981 y cuyo propósito era evitar el tratamiento injurioso a los altos dignatarios del estado. El decreto legislativo N° 46, conocido como Ley Antiterrorista, también

---

<sup>698</sup>.- GONZALES MANRIQUE, José (1992): *La prensa como reflejo de desarticulación social. Prensa y violencia política en el Perú. El caso de Sendero Luminoso*. Lima, Universidad de Lima (Cuadernos CICOSUL), p. 87.

<sup>699</sup>.- Cfr. ROSPIGLIOSI, Fernando (2000): *op. cit.*, pp. 71 y siguientes.

estableció normas contra la apología del terrorismo, que fueron consideradas por sectores de izquierda como atentatorias de la libertad de prensa. No obstante, la aplicación de estas normas no significó mácula alguna en la gestión del presidente Belaúnde en materia de libertades públicas y respeto por el rol de la prensa<sup>700</sup>.

El terrorismo, como podemos deducir, significó también un nuevo desafío para la ética periodística en el Perú, al que los medios no supieron responder siempre con la altura que exigía el momento histórico. En pocas ocasiones se mantuvo el equilibrio suficiente entre el derecho del público a mantenerse informado y la necesidad de que la prensa no sirviera de altavoz de las pretensiones subversivas.

#### V.10.2. Nuevo sensacionalismo

Los espacios de libertad de entonces fueron también usados por un cierto periodismo empresarial, dedicado al sensacionalismo, tanto en la prensa escrita como en la televisión. Sus temas predilectos: la farándula, el espectáculo, la violencia urbana y el sexo explícito. Ningún control social o ciudadano ha sido eficiente para morigerar los excesos. Más allá de las invocaciones de autoridades cívicas, oficiales y eclesiásticas, ese tipo de periodismo tiene el favor del público, que lo consume masivamente. De otra parte, los amplios espacios ganados por la izquierda política le permitieron también el sostenimiento de una prensa afín. La revista *Marka* se convirtió en el *Diario de Marka*, regentado por dirigentes de distintos partidos de la variopinta izquierda peruana. El periódico, puesto en el trance de fijar posiciones ante la amenaza del terrorismo de Sendero Luminoso, se divide. La facción más radical crea *El Diario*. La versión más moderada sucumbe.

*La República* es otro actor esencial en el periodismo peruano de las últimas décadas. Fundado en 1981, bajo la dirección de Guillermo Thorndike, ocupó desde sus inicios un espacio alternativo al diarismo tradicional. Abrió espacios a los sectores populares y mantuvo una línea de independencia ante los sucesivos gobiernos. Otros

---

<sup>700</sup>.- Cfr. VIGNOLO, Alfredo (1985): *Libertad de Prensa y Democracia*. Lima, Colegio Departamental de Periodistas de Lima, pp. 165-166.

nuevos diarios fueron *El Popular*, *El Observador*, *El Nacional* y *Hoy*<sup>701</sup>. A la fecha sólo subsiste el primero de estos últimos.

#### V.10.3. El Colegio de Periodistas

El 1 de octubre de 1980 se creó también el Colegio de Periodistas del Perú, en medio de gran expectativa del gremio, que buscaba la reivindicación profesional y social de quienes ejercían el oficio. La norma le adjudicó recursos provenientes del avisaje publicitario. No obstante, estos dineros nunca fluyeron del modo esperado. El Colegio languidece hasta nuestros días. Nunca se constituyó, tampoco, en un instrumento eficiente para el autocontrol del gremio. Su tribunal de ética, que no ha tenido actuación relevante, y su nula influencia social lo han privado de toda eficacia. Hasta hoy continúan los ecos, también, de una vieja discusión en torno de la profesionalización del periodismo y la obligatoriedad de la colegiación para su ejercicio. La ley de creación del Colegio de Periodistas reservó la participación en la orden para los profesionales universitarios graduados en la especialidad. Transitoria y extraordinariamente, admitió también la colegiación para quienes demostraran una larga y meritoria ejecutoria periodística.

Al gobierno de Fernando Belaúnde le sucedió el de Alan García Pérez. El joven mandatario de 36 años asumió el mando supremo en 1985. Fue respetuoso de las libertades de expresión e información, aunque en el difícil contexto del terrorismo de Sendero Luminoso y del Movimiento Revolucionario Túpac Amaru. La dimensión de las violaciones de derechos humanos por estos grupos armados, y la represión estatal, nos fue develada recién a inicios del presente siglo, cuando la Comisión de la Verdad y Reconciliación (CVR) llegó a calcular en setenta mil el número de personas muertas o desaparecidas durante el conflicto. La mayor parte de ellas causadas por los grupos

---

<sup>701</sup>. - La novedad más importante, en los ochenta, fue el auge de la televisión, en desmedro de los medios impresos. Varios programas políticos: Contacto Directo, Ante el Público, Testimonio, Visión, Hora Cero, entre otros, dieron cuenta de los principales sucesos políticos y sociales en el Perú. Las familias propietarias de América Televisión y Panamericana Televisión retomaron el pleno control de los mayores canales. Nunca dejaron de conducir estos medios, pues pudieron entenderse con el gobierno militar cuando éste los obligó a venderle acciones. El gobierno designó a los mismos propietarios como directivos de los canales, asegurándose, sí, de que no vulneraran su hegemonía informativa. Retornada la democracia, el estado abandonó su posición accionaria en cada una de esas emisoras.



subversivos<sup>702</sup>. La misma Comisión se ocupó en un apartado del papel cumplido por la prensa durante el conflicto interno. Aunque reconoció el esfuerzo del periodismo de investigación realizado en varios medios, señaló también responsabilidades:

«La CVR no puede dejar de mencionar que, a lo largo de las etapas mencionadas, se empleó comercialmente la violencia en favor de los intereses particulares de algunos medios de comunicación, olvidando que su responsabilidad principal está en la objetividad y la cooperación para la construcción de una sociedad equilibrada. La responsabilidad que tienen los medios de comunicación desde esta perspectiva es grande, pues no ayudaron a disminuir la violencia y el temor que embargó al país, sino que la fomentaron»<sup>703</sup>.

No hubo durante el mandato de García una política definida en materia de medios. Se mantuvo el Sistema Nacional de Comunicación Social, heredero del Sistema Nacional de Información del régimen militar, aunque más como un reducto burocrático que como un instrumento de censura o control de los medios. Durante el período hubo gran profusión de nuevos periódicos. Muchos de ellos optaron por el sensacionalismo más burdo para conquistar la lectoría del público. No obstante el descrédito de la profesión periodística en vastos sectores, legiones de jóvenes siguieron aspirando a hacerse de un espacio en ella. Las facultades de comunicación continuaron poblándose de estudiantes.

#### V.11. Periodismo dependiente

El terrorismo fue a principios de los noventa el mayor azote a la convivencia social en el Perú. Contrariamente al sensacionalismo de los años precedentes, los medios optaron entonces por limitar la cobertura periodística a los atentados

---

<sup>702</sup>.- La cifra es especialmente impactante, pues hasta el decaimiento de las acciones terroristas, entre 1992 y 1993, los datos oficiales, generalmente aceptados por organismos independientes, aludían a unas catorce mil víctimas, entre fallecidos y desaparecidos. En esos casos había denuncias expresas por las muertes o desapariciones. La metodología usada por la CVR, parte de muestras sobre la población registrada en las distintas regiones que sufrieron el conflicto y su comparación al término del mismo.

<sup>703</sup>.- COMISIÓN DE LA VERDAD Y RECONCILIACIÓN (2003): *Informe Final*. Lima, p. 490. Recuperado el 18 de septiembre de 2008 en: <http://www.cverdad.org.pe/ifinal/>.

perpetrados por Sendero Luminoso y el Movimiento Revolucionario Túpac Amaru. Los canales de televisión restringieron a un máximo de cinco minutos las informaciones de ese tenor, al mismo tiempo que los periódicos y radioemisoras adoptaban medidas semejantes. A juicio de Macassi, “esa autorrestricción significó la reducción de la cobertura de los hechos, la disminución del debate nacional sobre el tema y por lo mismo limitó las denuncias sobre las numerosas violaciones de los derechos humanos que venía cometiendo las fuerzas armadas en su guerra total”<sup>704</sup>. Esta autolimitación impuesta por los propios medios podría interpretarse como una conducta de autocontrol. A nuestro juicio lo fue en parte. La magnitud de la violencia exigía de los medios un compromiso ineludible a favor de la pacificación del país. Sin embargo, hubo en ello también una presión del gobierno para evitar favorecer el clima de inseguridad que, precisamente, buscaban los grupos subversivos.

Pedro Planas (1961-2001), connotado periodista y escritor, denominó al régimen de Leguía (1919-1930) como la República Autocrática<sup>705</sup>, sugiriendo semejanzas con el gobierno de Alberto Fujimori, entre 1990 y el 2000. Aunque formalmente el país siguió en este período bajo el régimen democrático y constitucional, el gobierno de turno usó de todos los mecanismos posibles para ejercer un control autocrático del poder político. Parte de esa estrategia fue, sin duda, el sometimiento de la casi totalidad de medios de comunicación.

Fujimori, elegido presidente constitucional, inició su mandato el 28 de julio de 1990. En medio de una crisis política generada por la venta ilegal de donaciones del Japón, por parte de sus hermanos, denunciada por su propia esposa, decide en coalición con un sector de las Fuerzas Armadas dar un golpe de estado, el 5 de abril de 1992. Cierra inconstitucionalmente el Congreso de la República, disuelve los gobiernos regionales y somete por entero al Poder Judicial. Los medios de comunicación no escapan al autoritarismo. En sus primeros días como gobernante de facto silencia emisoras de radio y canales de televisión y censura abiertamente los contenidos de los periódicos, algunos de los cuales se editan con páginas enteras en blanco, como constancia histórica de la limitación impuesta.

---

<sup>704</sup>.- MACASSI LAVANDER, Sandro (2002): *op. cit.*, p. 134.

<sup>705</sup>.- Cfr. PLANAS SILVA, Pedro (1994): *La República Autocrática*. Lima, Fundación Friedrich Ebert.

V.11.1. Manipulación de la prensa y compra de la línea editorial

A partir de ese momento, aunque con amplio respaldo popular, el régimen de Fujimori perdió todas sus credenciales democráticas y se comportó de un modo autocrático. No necesitó iniciar una represión indiscriminada como en otros tiempos. Mecanismos más sofisticados le permitieron un absoluto control de los medios. Lisonjas a unos, embajadas y agregaduría diplomáticas para otros, y publicidad estatal abundante, fueron los primeros recursos a su disposición. Cuando ello no fue suficiente las formas fueron mucho más burdas y todo fue simple y llana corrupción. Todo ello se tradujo en la exclusión de los medios de vastos sectores sociales, como los jóvenes y los sectores opositores al régimen, así como la virtual eliminación en la agenda mediática de noticias provenientes del interior del país y de los conflictos locales. Por el contrario, los espacios en los medios fueron ocupados por el presidente —como referente individual de solución de problemas sociales y políticos— y sus partidarios, cuando no por temas banales y lúdicos<sup>706</sup>. Rospigliosi ha documentado una serie larga de episodios, durante la década de los noventa, en los que se muestra el accionar del gobierno de Fujimori y su relación con la prensa. La manipulación, como parte de la estrategia de los servicios de inteligencia y de los militares aupados al régimen, es la característica más destacada, y más penosa, en esos años aún recientes. Es difícil, según el autor, diferenciar lo que es una política gubernamental hacia los medios de lo que es la política militar hacia ellos.

«Una idea fundamental que se ha desarrollado en el texto, es que existe una peculiar —y universal— concepción castrense respecto a los medios de comunicación y los periodistas, determinada por el hecho que ellos consideran a la información como parte de la guerra, como un campo de batalla más o, mejor dicho, como un componente específico e importante del conflicto. Para eso tratan de manipular la información, con la finalidad de engañar y confundir al adversario, desmoralizarlo y quebrar su voluntad de lucha»<sup>707</sup>.

---

<sup>706</sup>.- Cfr. MACASSI LAVANDER, Sandro (2002): *op. cit.*, pp. 129-146.

<sup>707</sup>.- ROSPIGLIOSI, Fernando (2000): *op. cit.*, p. 294.

Las consecuencias concretas de estas políticas, respecto de la ética periodística, fueron desastrosas. La abundancia de periódicos sensacionalistas dedicados a distraer la atención del público, el sometimiento de las líneas editoriales, el agravio sistemático al honor de las figuras opositoras al régimen, el silenciamiento de las informaciones sobre la corrupción en las esferas del poder, en fin, el uso de la prensa como instrumento para la conservación del poder y el enriquecimiento, acabaron con la credibilidad de los medios de comunicación, salvo algunos casos ejemplares. Una prueba del modo en que se usó la prensa, ya en las postrimerías del régimen de Fujimori, la aportan Sandro Macassi y Francisco Ampuero<sup>708</sup>.

Abundante evidencia fílmica de la corrupción a la que fueron sometidos los medios ha sido presentada en los últimos años, tras la caída del régimen de Fujimori, hecho inédito en el mundo. Se ha visto en videos grabados por los servicios de inteligencia de entonces, a numerosos directivos de los medios informativos recibiendo rumas de dinero, a cambio de la entrega de la línea editorial e informativa de sus respectivos medios. No obstante, en medio de la negrura de la corrupción de entonces, pudo surgir también la semilla de la regeneración. Fueron unos pocos medios escritos y televisivos, de cable, los que aprovecharon los escasos espacios concedidos por el régimen, para promover el cambio y un nuevo retorno a la democracia. Mención especial en ese empeño merecen los diarios *El Comercio* y *La República*, así como *Canal N*, una pequeña emisora de televisión de cable, que se constituyó en uno de los pocos medios creíbles, especialmente en los últimos años del régimen.

---

<sup>708</sup>.- Cfr. MACASSI LAVANDER, Sandro y AMPUERO NAVARRO, Francisco (2001): *Prensa amarilla y cultura política en el proceso electoral*. Lima, Asociación de Comunicadores Sociales Calandria. Los autores han analizado los contenidos de las páginas de la prensa sensacionalista durante el proceso electoral del 2000, así como la opinión de la población ante esa prensa. Sobre los contenidos, los autores concluyen que lo electoral no fue prioritario en estos diarios. Su primer interés fue la farándula, luego lo deportivo, después las noticias locales (que incluyen las policiales) y sólo en penúltimo lugar la política, que superaba así los espacios de misceláneas. La cobertura noticiosa fue favorable al gobierno, respecto de la oposición. Sin embargo, la exposición de los líderes contrarios al gobierno fue mayor, aunque en términos que los descalificaban. Fueron recurrentes las portadas insultantes y difamatorias, sin posibilidad real de control ético alguno. Sobre el punto puede consultarse también en TOLEDO BRÜCKMANN, Ernesto (2001): *¿Hasta Cuándo? La prensa peruana en el fin del fujimorato*. Lima, San Marcos.

V.11.2. Relanzamiento de la ética periodística

Cabe destacar también, como un hito en la evolución de la ética periodística en el Perú, la ya aludida publicación por el diario *El Comercio* de un Libro de Estilo, que recoge los principios rectores de ese diario y los desarrolla en 300 páginas<sup>709</sup>. El libro tiene cinco partes: Marco Ético, en el que se presentan con detalle los enunciados clásicos de la deontología periodística, como derechos y deberes, incompatibilidades, responsabilidad profesional, secreto profesional, interferencias, derecho a la intimidad, informaciones no comprobadas, informaciones conflictivas, aclaraciones y rectificaciones, agresiones a las buenas costumbres, entre otros. La segunda parte se ocupa de los contenidos periodísticos: el tratamiento de la información, la cobertura periodística, las partes de la información, sus requisitos, fuentes, tratamiento gráfico, entre otros aspectos. La tercera parte está dedicada al uso del idioma y sus aspectos gramaticales y ortográficos. La cuarta parte trata de la presentación: diagramación y titulares. La quinta y última parte se refiere al tratamiento de la publicidad. Este libro es el resultado de una prolongada elaboración de directores, editores y periodistas y es de obligatorio cumplimiento para quienes trabajan en esa casa periodística. *El Comercio* cuenta, además, desde el 4 de mayo de 2004, con una sección denominada carta a los lectores, en la que la redacción aclara cuestiones lindantes con la ética, que considera deben ser informadas al público.

El grupo *El Comercio*, que reúne además del periódico recién citado, a un conjunto de empresas periodísticas, tiene también sus Principios Rectores, veinte en total, entre los que destacan veracidad, entretenimiento, cultura, innovación, servicio, defensa de la democracia, de los derechos humanos y de la libertad de expresión, responsabilidad, autonomía, objetividad, respeto por la privacidad y la intimidad, derechos de rectificación y réplica, entre otros.

Otro hito central en lo que atañe a la ética periodística en el Perú es la composición del Consejo de la Prensa Peruana, integrado por los principales medios escritos del país, por algunas radios y una emisora de televisión. Otros medios, pese a que no lo integran, han aceptado en la práctica la jurisdicción de su Tribunal de Ética.

---

<sup>709</sup>.- Cfr. EL COMERCIO (1998): *op. cit.*

Éste funciona desde 1998 y emite periódicamente resoluciones respecto de las quejas y pedidos de rectificación planteados por el público. En el capítulo siguiente abundamos sobre su funcionamiento.

La Veeduría Ciudadana de la Comunicación Social es otro organismo preocupado por la ética periodística, surgido en el Perú en las postrimerías del siglo pasado. Se ajusta a las características propias de los observatorios de prensa. Promovido por la Asociación de Comunicadores Calandria, convoca permanentemente la participación ciudadana. También nos referiremos a esta experiencia en el capítulo próximo.

En el Perú, como recuerda Rosa Zeta, “la mayoría de instrumentos de regulación datan del segundo gobierno de Fujimori (1995-2000)”<sup>710</sup>. Ello no parece casual. Por una parte los medios con una mayor vocación ética se esforzaron por distinguirse de otros, ajenos a tal preocupación. De otro lado, la naturaleza autoritaria del régimen exigía mecanismos de autorregulación, que deslegitimaran cualquier intento del Estado por intervenir la actividad periodística.

La abrupta caída del gobierno de Fujimori, cuando se proponía iniciar un tercer mandato, abrió la posibilidad de un retorno al ejercicio pleno de las libertades democráticas. Los sucesivos gobiernos de Alejandro Toledo y el segundo de Alan García (actualmente en ejercicio), están muy recientes como para pretender un juicio objetivo sobre ellos. Está claro, sin embargo, que ambos han sido ejemplares en el respeto de los derechos ciudadanos y la libertad de prensa.

#### V.12. Cuadro sintético

Hemos realizado un largo recorrido por la historia del periodismo en el Perú, procurando hacer sobre la misma una lectura en clave ética. En el siguiente cuadro presentamos una síntesis de los acontecimientos más destacados de la evolución de la ética periodística en el Perú y que, a nuestro juicio, constituyen verdaderos hitos en ese devenir. Para ello, como decíamos en la introducción de este capítulo, hemos recogido

---

<sup>710</sup>.- ZETA QUINDE, Rosa (2005): *op. cit.*, pp. 60-65.

los momentos culminantes en los que se percibe —en la legislación o en el comportamiento de los periodistas, de los medios y del público—, las grandes preocupaciones de la ética periodística. Con ese propósito seguimos la metodología del doctor Porfirio Barroso, que contrasta decenas de principios éticos de la prensa con los datos de la realidad que se propone investigar. Con esa matriz se han estudiado códigos deontológicos, sílabos de cursos de ética periodística y hasta contenidos cinematográficos. La metodología fue admitida por el Comité de Validaciones de Proyectos de Investigación de la *Santa Clara University, California, USA*.

En eje vertical hemos ubicado cuarenta temas o principios de la ética periodística. En el eje horizontal están situados los períodos de ocurrencia de los acontecimientos de nuestro interés.





| PRINCIPIOS ÉTICOS   | Siglo XVI | Siglo XVII | Siglo XVIII  | Siglo XIX  | Siglo XX  | Siglo XXI   |
|---|-----------|------------|--|--|---|---|
| Verdad, objetividad, exactitud en la información. Precisión. Manipulación. Rumores, opiniones. Imparcialidad. |           |            |  | Mediados de siglo. Aparecen <i>comunicados</i> o <i>remitidos</i> : columnas pagadas e insultantes.<br><br>1879. Varios diarios alentaron la Guerra del Pacífico. No hubo objetividad al informar sobre las consecuencias.                           | 1930. El presidente Sánchez Cerro dicta el Decreto Ley 6961. Pena drásticamente la injuria, calumnia y difamación. Abolió jurados de ley de imprenta de 1823. |   |
| El secreto profesional del periodista. Proteger sus fuentes de información.                                   |           |            |  |  |   |   |
| Integridad del periodista (NO al soborno).  |           |            |  | 1810-1824. Periodistas sinuosos: Rico y Angulo y Larriva escribieron a favor de realistas y patriotas según intereses.   |   | 2001. Videos grabados en el Servicio de Inteligencia prueban los sobornos recibidos por propietarios de medios, para vender su línea informativa y editorial a favor del régimen del presidente Alberto Fujimori (1990-2000). |
| No a la calumnia, difamación, acusación. Honor. Honra. Injuria.   |           |            | Aparecen los primeros libelos, anónimos e infamatorios.<br><br>2 de octubre de 1788. Real Cédula de Carlos III dispuso que un Juez de Imprenta y un Censor vigilaran periódicos para evitar que se desacredite a las personas. | 1812-1820. Polémica entre prensa fidelista, constitucional y patriota. Aparecen los <i>remitidos</i> : cartas llenas de insultos.<br><br>13 de octubre de 1821. Ley de imprenta limita esa libertad en el honor: "propiedad más augusta del hombre". | 1939. Presidente Benavides deroga ley de imprenta de 1823. Nueva norma reconoce excepción de la verdad en delitos contra honor.                               |   |
| Dignidad, honradez, honestidad profesional. Lealtad a la empresa y a los compañeros.                          |           |            |  |  |   |   |

|  |  |  |   |   |  |  |
|--|--|--|---|---|--|--|
| <b>Corrección de errores y derecho de réplica y rectificación.</b>                                     |  |  | 1791. Se funda el <i>Mercurio Peruano</i> . Alentó el envío de cartas y críticas de los lectores.   | 1879. Presidente Piérola dispone por decreto que afectados por la prensa puedan vindicarse gratis, en el mismo periódico.   |  |  |
| <b>Respeto a la intimidad y vida privada, y a la propia imagen de las personas. Dolor, hospitales.</b> |  |  |   | 1821-1824. Guerra por la consolidación de la independencia. Primeras caricaturas periodísticas, ridiculizando imagen del periodista Rico y Angulo.<br><br>1834. Fiscal Manuel Colmenares, tras denunciar al periodista Felipe Pardo y Aliaga, es blanco de la sátira de éste, por su prominente nariz. Fue objeto también de caricaturas.                             |  |  |
| <b>Defensa de la libertad de información y responsabilidad. Censura y autocensura.</b>                 | 11 de julio de 1502. Pragmática de los Reyes de Castilla y Aragón, estableciendo la censura.<br><br>1543. Pragmática de Carlos V prohibió llevar a América publicaciones “de materia profana” y su impresión y venta.<br><br>5 de septiembre de 1550. Decreto de Carlos V dispuso registro de libros que iban a América.<br><br>1569-1581. Gobierno del virrey Toledo. La Inquisición confisca | 1609. Pragmática de Felipe III ordena recojo de libros que “herejes hubieren llevado” a América.<br><br>Felipe IV prohibió pasar a las Indias libros “que pertenezcan a materia de indios” sin la debida licencia.<br><br>1668. Carlos II dispuso que virreyes y presidentes de audiencias negaran licencias para imprimir sin previa censura. | Inquisición procesa acusados de poseer libros prohibidos.<br><br>Vigencia de noticiarios y relaciones bajo censura.<br><br>1 de octubre de 1790. Aparece <i>El Diario de Lima</i> , bajo la censura del Fiscal de la Audiencia. | 11 de noviembre de 1810. Ley de Cortes de Cádiz proclaman la libertad de imprenta.<br><br>1812. Constitución de Cádiz confirma la libertad de imprenta<br><br>1813. Cortes de Cádiz abolieron la Inquisición.<br><br>6 de septiembre de 1814. Fernando VII retorna al sistema de censura.<br><br>8 de octubre de 1821. Estatuto Provisional de San Martín proclama la |  |  |

|   |   |  |  |  |  |  |
|---|---|--|--|--|--|--|
|   | <p>libros de detenidos en sus cárceles.</p> <p>18 de enero de 1585. Se dispuso que preladados y Real Hacienda visitaran navíos para buscar libros prohibidos.</p> |  |  | <p>libertad de imprenta.</p> <p>13 de octubre de 1821. San Martín establece Junta Conservadora de la Libertad de Imprenta, compuesta por notables.</p> <p>12 de noviembre de 1823. Presidente Tagle dicta ley de imprenta que regirá por 116 años. Creó sistema de jurados de ciudadanos para las faltas de la prensa.</p>   |  |  |
| <b>Primacía del servicio al bien común. Evitar los conflictos de interés. No ventajas personales.</b> |   |  |  |  |  |  |
| <b>Igualdad de tratamiento. No discriminación.</b>  |   |  |  | <p>1829-1833. Presidente Agustín Gamarra recibe ataques racistas en la prensa. Es apodado su Majestad Guatanaica, por su rasgos mestizos.</p> <p>1836-1839. Andrés Santa Cruz, presidente de la Confederación Perú Boliviana, es víctima de agravios racistas. Es llamado en la prensa “Cholo jetón”.</p> <p>Mediados del siglo. En caricaturas se ironiza sobre burócratas, beatas e indígenas.</p> |  |  |

|  |  |  |  |   |  |  |
|--|--|--|--|---|--|--|
| El periodista debe aceptar su responsabilidad y presentarse como tal periodista en el ejercicio profesional. |  |  |  | 1823. Bolívar dicta artículos que hace publicar bajo la autoría de sus incondicionales. |  |  |
| El periodista debe decir "NO" a la publicidad y propaganda.  |  |  |  |   |  |  |
| El periodista debe utilizar solamente justos y honestos medios.  |  |  |  |   |  |  |
| Obligatoriedad de las normas éticas del periodista.  |  |  |  |   | <p>1 de octubre de 1950. Federación de Periodistas del Perú aprueba primer código ético: <i>Código de Honor del Periodista Peruano</i>.</p> <p>4 de febrero de 1966. Un Comité de Ética designado por Decreto Supremo aprobó Código de Ética del Periodista Profesional. Comité y Código fueron un primer sistema de autocontrol.</p> <p>22 de septiembre de 1982. Por Decreto Supremo se aprueba Código de Ética Profesional del Colegio de Periodistas del Perú.</p> <p>1988. Asociación Nacional de Periodistas aprueba su Carta Ética.</p> |  |

|  |  |  |  |  |   |   |
|--|--|--|--|--|---|---|
|  |  |  |  |  | <p>1998. <i>El Comercio</i> da a conocer sus Principios Rectores y su Libro de Estilo.</p> <p>1998. Se constituye el Tribunal de Ética del Consejo de la Prensa.</p> <p>1998. Se constituye la Veeduría Ciudadana de la Comunicación Social.</p>  |   |
| <b>No a la pornografía. Ética y fotografía de prensa.</b>              |  |  |  |  |   |   |
| <b>Que los titulares correspondan con el cuerpo del artículo.</b>      |  |  |  |  |   |   |
| <b>Solidaridad profesional. Espíritu de cuerpo.</b>                    |  |  |  | <p>1833-36. Ante denuncia del presidente Orbegoso contra el periodista Bonifacio Lasarte, se presentan a la vista de la causa los periodistas de Lima, en solidaridad.</p> <p>1891. Dueños de <i>El Comercio</i> impulsan la creación de una primera Asociación de la Prensa.</p> <p>13 de enero de 1898. Cronistas de Lima y Callao intentan segundo empeño por constituir una Asociación de Periodistas.</p> | <p>15 de noviembre de 1908. Se constituye el Círculo de Cronistas, tercer esfuerzo por agrupar a los periodistas.</p> <p>1928. Se funda la Asociación Nacional de Periodistas del Perú.</p> <p>1950. Se funda la Federación de Periodistas del Perú, de tipo reivindicativo.</p> <p>1 de octubre de 1980. Se crea por ley el Colegio de Periodistas del Perú.</p> |   |
| <b>No incitación a la violencia, crimen, robo. Ética y terrorismo.</b> |  |  |  |  | 1980-1995. Parte del territorio del Perú en estado de emergencia,   | 2003. Informe final de la Comisión de la Verdad y Reconciliación concluye |

|  |  |  |  |  |  |  |
|--|--|--|--|--|--|--|
|  |  |  |  |  | <p>bajo control militar y garantías suspendidas, por el terrorismo de Sendero Luminoso, afectando la libertad de información.</p> <p>1981. El decreto legislativo 46 estableció normas contra la apología del terrorismo.</p>  | que hubo, durante los años de terrorismo, un uso comercial de la violencia por los medios. |
| <b>Derechos de autor y mención de fuente. Propiedad intelectual. Plagio.</b>                                   |  |  |  |  |  |  |
| <b>Distinguir lo que es noticia y lo que es comentario.</b>  |  |  |  |  |  |  |
| <b>Deontología sobre informes de crímenes y suicidios. Se debe tener en cuenta la presunción de inocencia.</b> |  |  |  |  |  |  |
| <b>La cláusula de conciencia.</b>  |  |  |  |  |  |  |
| <b>No al sensacionalismo periodístico.</b>   |  |  |  |  | <p>1912. Se funda diario <i>La Crónica</i>, primero en hacer crónica roja: crímenes y sangre.</p> <p>1950. Se funda el diario <i>Última Hora</i>. Usa la jerga. Es considerado un hito del sensacionalismo.</p> <p>1992-2000. Se desarrolla prensa sensacionalista, para la desinformación y el agravio de opositores.</p> |  |

|  |  |  |  |  |   |  |
|--|--|--|--|--|---|--|
| Comprobar la veracidad de las fuentes de información y mencionarlas, a ser posible.                                    |  |  |  |  |   |  |
| Salarios dignos para los periodistas.  |  |  |  |  |   |  |
| Obligación del periodista de respetar las instituciones sociales (Iglesia, Estado, Parlamento, Constitución, y leyes). |  |  |  | <p>31 de diciembre de 1885. Se publica <i>La Luz Eléctrica</i>, periódico anarquista con ataques a la Iglesia. Sus redactores fueron excomulgados.</p> <p>1896-1904. <i>El Libre Pensamiento</i>, también anarquista, propone la destrucción de templos.</p> | 20 de noviembre de 1981. Ley 23321, incrementa penas por delitos de calumnia, injuria y difamación contra dignatarios públicos, cometidos a través de los medios. |  |
| No expresiones vulgares, falsedades e imputaciones.  |  |  |  |  |   |  |
| Incompatibilidad del periodista con cargos públicos. Intrusismo profesional, hacer publicidad.                         |  |  |  |  |   |  |
| Ni nombres, ni fotografías de jóvenes delincuentes en periódicos. Protección a la juventud y a la infancia.            |  |  |  |  |   |  |
| Preparación académica y formación continuada del periodista.   |  |  |  |  | <p>1945. Se funda primera Escuela de Periodismo en Universidad Católica.</p> <p>28 de septiembre 1965. Ley 15630 reconoce la profesión de periodista.</p>         |  |

|  |  |  |  |  |  |  |
|--|--|--|--|--|--|--|
| Los periodistas deben respetar, proteger y promover la justicia social y derechos humanos. |  |  |  |  |  |  |
| El periodista debe cumplir en todo momento el Código de Ética Profesional.                 |  |  |  |  |  |  |
| El periodista no debe mezclar la vida profesional con la sentimental.                      |  |  |  |  |  |  |
| Ética de la empresa informativa.   |  |  |  |  |  |  |
| Protección de la familia, el niño y el anciano   |  |  |  |  |  |  |
| Delito doloso del periodista   |  |  |  |  |  |  |
| Protección de la naturaleza y los animales   |  |  |  |  |  |  |
| Respeto por los valores patrios  |  |  |  |  |  |  |
| Independencia  |  |  |  | 1875. En grave crisis fiscal, una ley exonera impuestos al papel para periódicos, afectando su independencia |  |  |
| Ofrecer entretenimiento y cultura  |  |  |  |  |  |  |



### V. 13. Conclusión

El cuadro sintético precedente facilita nuestra tarea de concluir sobre la evolución de la ética periodística en el Perú. A partir del mismo cabe hacer dos tipos de abordaje: uno cronológico y otro temático.

En el primer caso podemos apreciar una evolución ética en la que distinguimos hasta cuatro períodos. El primero parte desde los inicios de la colonización hasta los primeros años del siglo XIX. Está caracterizado por la preocupación sobre los contenidos de los impresos, que se tradujo en una censura constante. Para ello se aplicaron a la tarea virreyes, oidores, fiscales, funcionarios aduaneros, prelados e inquisidores. Aunque las razones invocadas para la censura eran, por lo general, de orden religioso, el control no era sólo eclesiástico. Puede deducirse por ello que una motivación igualmente importante era mantener el control social de la población y, especialmente, de la población nativa. Sin embargo, hacia fines del siglo XVIII se invocan, por primera vez, razones que podríamos denominar éticas. Así una Real Cédula de Carlos III, de 1788, señala la necesidad de evitar que escritos torpes y sátiras puedan desacreditar a las personas, estableciendo una primigenia preocupación por su honor. Tal inquietud no era ociosa. Ya para entonces circulaban con profusión los libelos, a los que hemos aludido en este capítulo, anónimos y llenos de invectivas y agravios. Incluso los periódicos que recién empezaban a circular bajo censura en el Perú, a fines del siglo XVIII, recibían ya las cartas de sus lectores. Muchas de ellas usaban también el tono y los términos propios de los libelos. Esos años finiseculares marcan una transición hasta la culminación del período de la censura.

Un segundo momento en esta evolución histórica se inicia, a nuestro entender, en 1810, cuando las Cortes de Cádiz acuerdan por primera vez la libertad de imprenta. Se multiplican entonces los periódicos y sus desafíos éticos. Aunque tal libertad tuvo algunas interrupciones antes de la independencia nacional y muchas más durante toda la república, no cesó desde entonces el ejercicio del periodismo libre. La mayor parte de esta fase estuvo caracterizada por la tolerancia legislativa, más allá de la eventual acción represiva de algunos gobiernos. Desde la creación de una Junta Conservadora de la libertad de imprenta en 1821 y con la posterior creación de los jurados normados por la ley de imprenta de 1823, se estableció un sistema de tolerancia de la prensa. Tales

jurados, conformados por ciudadanos notables, constituyeron una instancia previa, un antejuicio para los infractores de las normas de prensa. Al ser conformados por vecinos distinguidos, designados por los consejos municipales, no pasaron de ser reuniones de buenos amigos, ajenos al rigor de los jueces de derecho. La tolerancia promovida por la ley, aunada a la inmadurez cívica de la prensa decimonónica peruana y al contexto de inestabilidad política del país, favorecieron el ejercicio del libertinaje en la prensa, que no se detuvo ante el insulto, la grosería y la mentira. Es verdad que no faltaron en el período los regímenes autoritarios y dictatoriales que aplastaron la libertad de imprenta y persiguieron a los periodistas, pero no lo hicieron en salvaguarda de un elevado sentido ético, sino por motivaciones políticas, al cuidado del poder que se les escabullía de las manos. El fin del sistema de jurados en 1930 significó también el término de este período.

Una tercera fase en esta evolución del tratamiento ético de la prensa ocurre desde la abolición de los jurados. Sucesivos gobiernos dictatoriales, apenas interrumpidos por cortas primaveras democráticas, constituyen alianzas con los principales diarios del país, a su vez identificados con poderosos intereses económicos. Las faltas éticas no son ya las del siglo XIX, producto de la pasión y los enfrentamientos de banderías políticas, unas veces motivados por altos ideales y otras tantas por la inquina y la ambición. Las faltas éticas en la prensa de masas del siglo XX guardan más relación con los propósitos empresariales de los medios. Campea entonces, desde las primeras décadas del siglo pasado, el sensacionalismo y la crónica roja. La ausencia de pluralismo y la exclusión de los sectores populares de la agenda informativa serán otra constante durante el período. Pero este espacio temporal es también el del surgimiento y consolidación de los gremios periodísticos, al igual que lo es de la profesión. Este proceso fue acompañado por una reflexión ética, que se manifiesta en las declaraciones fundacionales de los gremios y en códigos deontológicos desde 1950. Sin embargo, hasta fines del siglo XX, los propietarios de la prensa no habían asumido un compromiso ético explícito.

El cuarto período, vigente hasta hoy, comienza, creemos nosotros, en 1998 con la puesta en marcha, simultáneamente, de una serie de mecanismos de autocontrol de la prensa hasta entonces inexistentes: el libro de estilo del diario *El Comercio*, el Tribunal de Ética del Consejo de la Prensa Peruana y la Veeduría Ciudadana de la Comunicación

Social, ya aludidos en este capítulo. Se abrió así un período de madurez de la prensa nacional. Éste coincide paradójicamente, no es casual, con el momento más vergonzoso de la historia de la prensa peruana: la entrega por dinero en efectivo de la línea editorial e informativa de algunos importantes medios de comunicación a favor del régimen de Alberto Fujimori. Esta última circunstancia motivó que los órganos sanos de la prensa tomaran distancia de aquellas conductas e hicieran explícito su compromiso ético.

Otra forma de evaluar la historia de la ética periodística en el Perú es hacerlo por temas específicos. El cuadro ofrecido permite auscultar algunas materias candentes. Sobre la integridad del periodista y la obligatoriedad del rechazo al soborno se muestran dos hitos relevantes. La conducta sinuosa de Rico y Angulo y de Larriva, en los tiempos de la independencia nacional y la entrega de los medios al régimen de turno en años recientes. No son los únicos casos pero sí resultan emblemáticos de cada época. De igual forma, sobre el tratamiento del honor como límite a la libertad de expresión, es posible remontarse hasta la Real Cédula de Carlos III de 1788, para encontrar un antecedente de esta inquietud y pasar luego por el reconocimiento de la excepción de la verdad en el tratamiento de los delitos contra el honor, en 1939. También sobre el derecho de réplica puede reconocerse un antecedente en la política del *Mercurio Peruano*, que alentaba las cartas de sus lectores en 1791, o encontrar en 1879 la primera norma que garantiza ese derecho en el Perú, ofreciendo al afectado el doble del espacio utilizado por el periódico causante de la rectificación.

Hay algunas otras notas de esta evolución, que pueden ser destacadas. Sorprende la prolífica producción de periódicos en un país todavía poco poblado, hasta mediados del siglo XX, y en donde hasta aquella época los niveles de analfabetismo eran muy altos. Otro elemento a mencionar es la poca duración de cada uno de esos empeños periodísticos. Ello puede estar vinculado con la propia inestabilidad política y social del país durante largos períodos de la vida republicana del Perú, así como con las muchas dificultades económicas que debieron soportar aquellos proyectos. La falta de un mercado abundante de lectores y la escasez de recursos provenientes de la publicidad, atentaron constantemente contra los emprendimientos periodísticos.

Pero, en definitiva, la característica más saltante de la prensa peruana tiene relación con su altura ética. Hay notable evidencia de que tuvo, en el siglo XIX, un

carácter panfletario y virulento, que no midió consecuencias ni siquiera en horas aciagas para la república, como en los prolegómenos de la Guerra del Pacífico. Tampoco se detuvo ese periodismo ante la honra ajena e, incluso, frente a la demanda del más elemental buen gusto. Si bien en el siglo XX *El Comercio* y *La Prensa* destacaron por su discreción y profesionalismo, carecieron de espíritu pluralista. El resto de la prensa giró entre el sensacionalismo y la defensa de intereses de grupos económicos. Pese a este juicio crítico, no puede desconocerse el papel de la prensa en la forja de la nacionalidad y del espíritu de debate, tan presente desde siempre en los periódicos peruanos, que ha contribuido a afianzar las prácticas democráticas. Claro que la prensa peruana ha tenido momentos estelares a lo largo de su historia. Es verdad que ha sido muchas veces un reducto para la defensa de las libertades públicas y los derechos ciudadanos. Pero no ha sido suficiente. El déficit ético es todavía grande.

En fin, la historia de la prensa peruana y de sus aristas éticas es muy compleja y todavía no ha sido estudiada. Este capítulo ofrece sólo algunas pistas para comprenderla. Llegados a este punto es oportuno citar aquí la palabra de Raúl Porras Barrenechea, figura prominente de las letras y de la historiografía peruana. Él se ha preguntado: “¿Realizó nuestro periodismo una acción eficaz y civilizadora o fue, por el contrario, su obra perniciosa?”. El notable intelectual ha respondido reconociendo en la prensa peruana defectos, apasionamientos, desviaciones, palabras engañosas, supersticiones democráticas, y colaboración con el desorden, pero no le ha negado un esfuerzo a favor de la libertad.

«Ala y verbo de espíritu democrático —ha dicho con aire de emoción—, las primeras gacetas son el alborotado anuncio de la independencia. En las primeras décadas de nuestra vida republicana, cuando la anarquía y la dictadura se turnan en el gobierno, son las hojas periódicas las que defienden, junto con la ambición de un caudillo, el espíritu democrático en peligro. Iniciadores de conflictos imaginarios en todas las épocas, denunciadores de peculados imaginarios o vergonzosos, alentadores del desorden disfrazado de rebeldía y de la codicia vestida de patriotismo, los periódicos realizaron, sin embargo, una obra venturosa»<sup>711</sup>.

---

<sup>711</sup>.- PORRAS BARRENECHEA, Raúl (1970): *op. cit.*, p.63.



## **Capítulo VI. Aplicación de mecanismos de autocontrol en la prensa del Perú**



## VI.1. Introducción

Después del análisis teórico, conceptual e histórico, realizado en los capítulos precedentes, corresponde ahora presentar nuestro trabajo de campo, el cual constituye el aporte más novedoso de esta tesis, ya que ofrece conocimiento nuevo sobre el funcionamiento de los mecanismos de autocontrol de la prensa en el Perú. Con ese propósito hemos analizado cada uno de los documentos y organismos de autocontrol de los medios de comunicación existentes en el Perú, procurando caracterizarlos. En el caso específico del Tribunal de Ética del Consejo de la Prensa Peruana, hemos comparado además su actuación con dos importantes referentes: las comisiones de quejas de la Federación de Asociaciones de Periodistas de España (FAPE) y de la *Press Complaints Commission (PCC)*, del Reino Unido.

Para la realización de la fase empírica de esta investigación hemos usado de las técnicas de la entrevista y la observación. La primera nos ha sido de utilidad para establecer el nivel de aplicación de los Códigos de Ética Periodística en los gremios que poseen estos instrumentos, así como para evaluar el funcionamiento de los Tribunales de Honor existentes en algunas de esas organizaciones. Para ese propósito nuestros informantes claves han sido los máximos representantes de cada una de las entidades bajo estudio. También hemos usado de la entrevista para evaluar el funcionamiento de la figura del *Ombudsman* en el Perú. Sobre el particular hemos abordado el tema con la única persona que ejerce tal función en la prensa peruana bajo esa denominación.

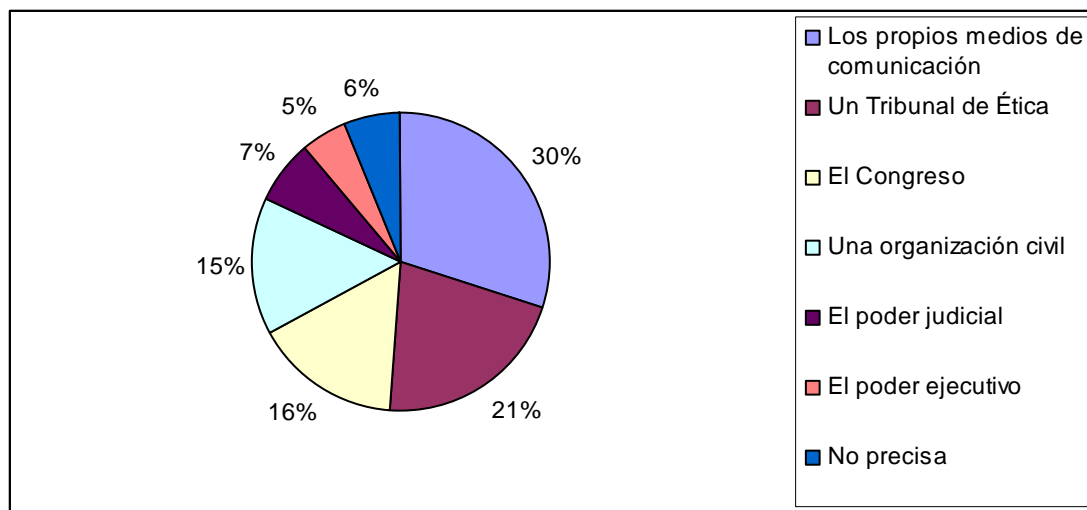
La otra técnica utilizada, la observación, nos ha permitido sistematizar los contenidos de los códigos de ética periodística en la prensa peruana, así como evaluar las resoluciones del Tribunal de Ética del Consejo de la Prensa Peruana y su comparación con sus pares español y británico. El resultado de esa tarea es un cúmulo de información cuantitativa y cualitativa, que consideramos relevante para la comprensión de los mecanismos de autocontrol de la prensa en el Perú y para su perfeccionamiento.

La prensa en el Perú requiere de la elevación de sus niveles éticos. En tal sentido, el autocontrol parece tener respaldo entre los ciudadanos peruanos, según se desprende de un estudio de opinión pública de mayo de 2007, realizado por la



Pontificia Universidad Católica del Perú. La pregunta formulada fue: ¿Ha cargo de quién debería estar la regulación de los medios? Estos fueron los resultados.

**Gráfico N° 1: ¿Ha cargo de quién debería estar la regulación de los medios?**<sup>712</sup>



La primera mayoría, un 30 por ciento de los encuestados, opina que deben ser los propios medios de comunicación los que se autocontrolen. La suma de quienes apreciarían un control desde los poderes públicos (Congreso, Poder Judicial y Ejecutivo), alcanza al 28% de los entrevistados. El grupo más numeroso, 36 por ciento, se inclina sin embargo por un control desde un tribunal de ética o una organización civil. Estas tendencias coinciden con las posturas presentes entre los autores, que hemos descrito en el marco teórico de esta tesis. Unos son partidarios del autocontrol, otros lo son del heterocontrol y otros, finalmente, de fórmulas mixtas que incorporen a la sociedad civil. Puede afirmarse, en definitiva, que dos tercios de los ciudadanos son partidarios de formas diversas de autocontrol, aunque incorporando la participación del público. Por nuestra parte nos hemos decantado también a favor del autocontrol, aunque no creemos que éste deba tener un carácter absoluto y excluyente, que ponga al margen de cualquier evaluación del trabajo mediático a la sociedad civil, es decir al público usuario de los medios.

<sup>712</sup>.- Fuente: INSTITUTO DE OPINIÓN PÚBLICA DE LA PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL PERÚ (2007): *Estudio de Opinión Pública*, Mayo. Sobre la base de 415 encuestas a ciudadanos residentes en la ciudad de Lima. Recuperado el 16 de agosto de 2008 en: [http://www.pucp.edu.pe/noticias\\_pucp/images/documentos/encuestaquinceiop\\_mayo.pdf](http://www.pucp.edu.pe/noticias_pucp/images/documentos/encuestaquinceiop_mayo.pdf).

Según Rosa Zeta el Perú tiene varios mecanismos de autorregulación, que clasifica del modo siguiente:

1. Mecanismos generales a nivel profesional.

a) El Consejo de la Prensa Peruana (CPP).

b) Códigos de Ética Periodística

Colegio de Periodistas del Perú (CPP)

Asociación Nacional de Periodistas (ANP)

Código de Ética Unificado de la Industria de la Comunicación.

2. Mecanismos internos desde los propios medios.

a) Libros o manuales de estilo

b) Principios rectores

c) Cartas a los lectores

d) Cláusula de conciencia

3. Otros mecanismos de participación social.

a) La Veeduría Ciudadana de la Comunicación Social<sup>713</sup>.

Reconvertida esta clasificación a la que presentáramos en el capítulo III de esta tesis, según la cual dividíamos los mecanismos de autocontrol en documentos y organismos, podríamos citarlos del modo siguiente, agregando además algunos códigos éticos, tribunales de honor y un *Ombudsman*.

---

<sup>713</sup>.- Cfr. ZETA QUINDE, Rosa (2005): *op. cit.*, pp. 60-65. Ya hemos aludido en capítulos anteriores a este mecanismo, propio del Perú. Su denominación no es comprensible fuera del país. Se trata, como ha sido dicho en páginas anteriores, de un observatorio de medios.

## **1. Documentos**

### a) Códigos de Ética Periodística

Gremiales:

- Código de Ética de la Federación de Periodistas del Perú
- Carta Ética de la Asociación Nacional de Periodistas del Perú
- Código de Ética Periodística del Colegio de Periodistas del Perú
- Código de Ética Unificado de la Industria de la Comunicación
- Código de Ética y Deontología del Círculo de Periodistas Deportivos del Perú

De los medios:

- Principios Rectores del Grupo *El Comercio*
- Código de Ética Participativo del diario *El Tiempo* (Piura)
- Códigos de Ética de las Publicaciones del Grupo Apoyo

### b) Libros de Estilo

- Libro de Estilo del Diario *El Comercio*

### c) Estatutos de Redacción

- La cláusula de conciencia

## **2. Organismos**

### a) Tribunales de Honor

- Tribunal de Honor de la Federación de Periodistas del Perú
- Tribunal de Honor de la Asociación Nacional de Periodistas
- Tribunal de Honor del Colegio de Periodistas del Perú
- Tribunal de Honor del Círculo de Periodistas Deportivos del Perú

b) Consejos de Prensa

- Tribunal de Ética del Consejo de la Prensa Peruana

c) *Ombudsman*

- Publicaciones del Grupo Apoyo

d) Observatorios de Prensa

- Veeduría Ciudadana de la Comunicación Social

Las Tablas siguientes nos permiten visualizar el grado de acogida de estos instrumentos entre los más relevantes medios de comunicación escritos del Perú.

**Tabla N° 1: Mecanismos de autocontrol en diarios peruanos de circulación nacional.**

| Diarios                    | Documentos* |      |      | Organismos* |      |      |      |
|----------------------------|-------------|------|------|-------------|------|------|------|
|                            | C.E.        | L.E. | E.R. | T.H.        | C.P. | Omb. | Aud. |
| <b>Editora El Comercio</b> |             |      |      |             |      |      |      |
| El Comercio                | X           | X    |      |             | X    |      |      |
| Trome                      | X           | X    |      |             | X    |      |      |
| Perú 21                    | X           | X    |      |             | X    |      |      |
| Gestión                    | X           | X    |      |             | X    |      |      |
| <b>Grupo La República</b>  |             |      |      |             |      |      |      |
| La República               |             |      |      |             | X    |      |      |
| El Popular                 |             |      |      |             | X    |      |      |
| Líbero                     |             |      |      |             | X    |      |      |
| <b>Editora SINDESA</b>     |             |      |      |             |      |      |      |
| Expreso                    |             |      |      |             |      |      |      |
| Extra                      |             |      |      |             |      |      |      |
| <b>Editora Correo</b>      |             |      |      |             |      |      |      |
| Correo                     |             |      |      |             | X    |      |      |
| <b>EPENSA</b>              |             |      |      |             |      |      |      |
| Ojo                        |             |      |      |             | X    |      |      |
| Bocón                      |             |      |      |             | X    |      |      |
| Ajá                        |             |      |      |             | X    |      |      |
| <b>Montecristo</b>         |             |      |      |             |      |      |      |
| Chino                      |             |      |      |             |      |      |      |
| Todo Sport                 |             |      |      |             |      |      |      |
| El Men                     |             |      |      |             |      |      |      |
| La Razón                   |             |      |      |             |      |      |      |
| <b>Corporación Andina</b>  |             |      |      |             |      |      |      |
| El Sol de Oro              |             |      |      |             |      |      |      |
| <b>Grupo La Industria</b>  |             |      |      |             |      |      |      |
| La Industria               |             |      |      |             | X    |      |      |
| <b>Editora Perú</b>        |             |      |      |             |      |      |      |
| El Peruano                 |             |      |      |             |      |      |      |
| <b>Editora La Nación</b>   |             |      |      |             |      |      |      |
| La Nación                  |             |      |      |             |      |      |      |
| <b>Del País Consorcio</b>  |             |      |      |             |      |      |      |
| Del País                   |             |      |      |             |      |      |      |
| <b>Herm Ro</b>             |             |      |      |             |      |      |      |
| El Vocero                  |             |      |      |             |      |      |      |

\* Las iniciales se refieren respectivamente a: Código de Ética, Libro de Estilo, Estatuto de Redacción, Tribunal de Honor, Consejo de Prensa, *Ombudsman* y Auditoría.

Hemos incluido, para efectos de nuestra observación, los diarios considerados de circulación nacional. La casi totalidad de ellos se elaboran en Lima. Sin embargo, varios de estos diarios tienen ediciones regionales impresas en sus respectivas jurisdicciones y con redacciones propias. Un caso singular es el del diario *La Industria*. Éste no se distribuye en Lima, pero sí en casi todo el norte del país, por lo cual lo hemos considerado de circulación nacional. En Lima operan 22 diarios, la mayoría de ellos con presencia nacional y en el interior del país hay 59, considerando sólo las principales ciudades del país: Abancay, Arequipa, Ayacucho, Cuzco, Cajamarca, Chiclayo, Chimbote, Chíncha, Huancayo, Huánuco, Huaraz, Ica, Ilo, Iquitos, Moquegua, Piura, Pucallpa, Puno, Tacna y Trujillo. El promedio de lectoría de diarios en las quince principales ciudades del interior del país es de 1'440,900 lectores. En Lima la cifra alcanza los 2'944,900 lectores<sup>714</sup>.

**Tabla N° 2: Mecanismos de autocontrol en revistas peruanas de circulación nacional**

|                  | Documentos* |      |      | Organismos* |      |      |      |
|------------------|-------------|------|------|-------------|------|------|------|
|                  | C.E.        | L.E. | E.R. | T.H.        | C.P. | Omb. | Aud. |
| <b>Revistas</b>  |             |      |      |             |      |      |      |
| Caretas          |             |      |      |             | X    |      |      |
| Semana Económica | X           |      |      |             | X    | X    |      |
| Perú Económico   | X           |      |      |             | X    | X    |      |
| Somos            | X           | X    |      |             | X    |      |      |
| Cosas            |             |      |      |             | X    |      |      |
| Gente            |             |      |      |             |      |      |      |
| Magali TV        |             |      |      |             |      |      |      |
| Gisella          |             |      |      |             |      |      |      |
| El Gráfico Perú  |             |      |      |             |      |      |      |

\* Las iniciales aluden a los mismos documentos y organismos de la tabla precedente.

<sup>714</sup>.- Fuente: COMPAÑÍA PERUANA DE INVESTIGACIÓN DE MERCADO (2006): *Índice promedio de lectoría de diarios según niveles socioeconómicos* (Estudio Nacional urbano). Lima. Recuperado el 18 de diciembre de 2008 en: <http://www.cpi.com.pe>. Ver Anexo N° 31. También puede consultarse los anexos 32 y 34. El primero presente los niveles de lectoría en Lima y el segundo los que corresponden a las principales ciudades del país.

Los datos consignados en esta plantilla nos permiten comprobar que entre las principales revistas del país los mecanismos de autocontrol son todavía limitados, salvo el caso de *Somos*. Esta revista, sin embargo, es un agregado sabatino del diario *El Comercio*. Por ello responde a sus mismos mecanismos de autocontrol, al igual que todos los medios que forman parte de ese grupo editorial. *Caretas*, el semanario más influyente del país, es miembro fundador del Consejo de la Prensa Peruana y tiene una sección en la que recibe las cartas de sus lectores. Aunque no es propiamente un mecanismo de autocontrol, en ella se da amplia cabida a todos los juicios y críticas del público. *Caretas* se reserva el derecho de resumirlas y, en todos los casos, contesta las cartas. Ante aquellas que tienen un carácter crítico la respuesta es siempre irónica y mordaz, quedando neutralizado el efecto buscado por el lector.

Magaly TV y Gisella son revistas del corazón. La primera de ellas ha sufrido ya varios procesos penales por difamación y su directora, la periodista Magaly Medina, ha sido condenada a penas condicionales hasta en tres ocasiones. En la última de ellas debió pasar dos meses encarcelada, antes de obtener la pena condicional. No participan estas publicaciones de ningún mecanismo de autocontrol<sup>715</sup>.

Los mecanismos de autocontrol no han sido pues suficientemente acogidos en la prensa peruana, pese a que existen en el Perú varios de los reconocidos por la doctrina. Nuestro propósito en las páginas siguientes es evaluar la aplicación de cada uno de estos.

---

<sup>715</sup>.- En el Anexo N° 33 puede encontrarse el índice promedio de lectoría de revistas y suplementos, según niveles socioeconómicos en Lima Metropolitana.

## VI.2. Documentos

### VI.2.1. Los códigos deontológicos

#### VI.2.1.1. Códigos Gremiales

##### VI.2.1.1.1. Código de Ética de la Federación de Periodistas del Perú<sup>716</sup>

La Federación de Periodistas del Perú, fundada en 1950, tiene un Código de Ética Profesional compuesto por siete capítulos, un agregado dedicado a su Tribunal de Honor y una disposición final, aprobados en su XXII Congreso Nacional realizado en Huampaní (Lima), el 27 y 28 de octubre del 2001.

En el primer capítulo se indican normas generales: honrar la profesión y respetar el código de ética. En el capítulo segundo se señalan actos contra la profesión periodística: delito doloso, uso de documentos falsos, violación del secreto profesional, plagio, beneficios ilegítimos, difusión de material publicitario como noticia, entre otros. El capítulo tercero se refiere a deberes para con Dios y la patria: respeto por las creencias religiosas y defensa de los intereses nacionales. El capítulo cuarto establece deberes para con los colegas: respeto del derecho de autoría y de la reputación de los colegas y asistencia en casos de riesgo. El capítulo quinto alude a deberes con las empresas, aunque se limita a señalar como actos contrarios a la ética el revelar fuentes y materiales de trabajo reservados y pactar haberes inferiores a los correspondientes. El capítulo sexto señala deberes para con la sociedad: respeto de la intimidad, búsqueda de la verdad, expresión de la opinión y la crítica, cuidado de la moral y las buenas costumbres, rechazo del sensacionalismo y la violencia, presunción de inocencia, protección de la infancia, igualdad de las personas y respeto por la naturaleza, entre otros. El capítulo séptimo se ocupa de los deberes de los medios: rectificación, distinción entre material periodístico y publicitario, respeto por la libertad ideológica de su

---

<sup>716</sup>.- La información ofrecida en este apartado ha sido obtenida en entrevista con el Presidente de la Federación de Periodistas del Perú, Germán Llanos Castillo. El Código de Ética bajo comentario ha sido reproducido en el Anexo N° 9.



personal. El Código comprende también un apartado sobre el Tribunal de Honor y sus procedimientos y sanciones. Incluye, además, una disposición final sobre su difusión.

El presidente de la Federación de Periodistas del Perú, Germán Llanos, responsabiliza de las carencias éticas de la prensa a los sucesivos gobiernos, que habrían limitado la representación de los gremios periodísticos en diversas instancias, al mismo tiempo que liberalizado el ejercicio de la profesión. Esto habría sido aprovechado por empresarios de la comunicación promotores de la prensa sensacionalista. Nuestro entrevistado consideró que en esas condiciones es muy difícil la aplicación de los códigos de ética. Sólo la profesionalización del periodismo, a su juicio, podría revertir las faltas éticas en la prensa peruana. La Federación ha aprobado ya un nuevo Código de Ética, que ha incorporado a su nuevo Estatuto. Estos documentos, sin embargo, no rigen aún pues deben ser publicitados previamente en los sucesivos eventos nacionales de la Federación. Tendrá plena vigencia a partir de fines de 2009, cuando se elija a las nuevas autoridades nacionales.

Llanos reconoce que el Código de Ética todavía vigente no se aplicó, pese a que fue aprobado en su oportunidad por las instancias correspondientes. Adjudica esta falta de aplicación a que nunca fue formalizado legalmente, ante la Oficina Nacional de los Registros Públicos. El nuevo Código sí se está inscribiendo en esos Registros. El único referente ético de la Federación, desde el punto de vista formal, era la declaración de principios de la Federación, que alude de un modo general a la defensa de las libertades de expresión e información, y al enaltecimiento de la profesión, pero que no puede considerarse un mecanismo de autorregulación. Llanos confía en que ahora sí, tras la inscripción registral del nuevo Código, éste tendrá mayor vigencia y mejores oportunidades para su aplicación.

#### VI.2.1.1.2. Carta Ética de la Asociación Nacional de Periodistas del Perú<sup>717</sup>

---

<sup>717</sup> .- La Información relativa a esta sección es producto de las entrevistas realizadas al presidente de la ANP, Roberto Mejía Alarcón. La Carta Ética citada puede leerse en el Anexo N° 10.

La Carta Ética de la Asociación Nacional de Periodistas consta de doce puntos y fue aprobada en un Congreso Nacional Ordinario de la Asociación, realizado en Cajamarca el 29 de septiembre de 1988.

Las materias que aborda la Carta son las siguientes: firme conducta moral, vigorización de la identidad del Perú, hermandad entre los pueblos, difusión de la cultura y fortalecimiento de la conciencia social del trabajador, sistema democrático y respeto a la dignidad humana y profesional; honra de la verdad, la libertad, la justicia social y la solidaridad gremial; mensaje periodístico humanista, objetivo y pluralista; defensa de las libertades de expresión e información; elevación profesional y lucha contra el empirismo; respeto por los colegas y sus instituciones gremiales; amparo a los periodistas que son objeto de difamación, hostilidad, persecución o prisión injusta; rechazo del sensacionalismo, la obscenidad y el chantaje, así como de toda forma de discriminación y de la desnaturalización de las opiniones; el secreto de las fuentes y el derecho a la rectificación; independencia ante eventuales presiones de empleadores y autoridades; cumplimiento de la legislación laboral y pago justo por el servicio profesional; y aceptación de premios y galardones sólo cuando no afecten su capacidad de crítica.

En este caso se optó por una Carta Ética, fórmula menos sistemática que el código ético, que por su propia denominación alude a un nivel mayor de orden y concreción de los postulados éticos, como ocurre con la codificación de las leyes. La Carta, sin embargo, recoge aspectos universales de la ética periodística, incluso con más amplitud y detalle que el código que hemos comentado en el epígrafe precedente. Reúne los tres ámbitos típicos: deberes de la profesión, deberes para con la sociedad y deberes ante los colegas con los que comparte la misma función.

La Carta, según refiere Roberto Mejía Alarcón, presidente de la Asociación Nacional de Periodistas, habría tenido un efecto positivo, aunque no en la dimensión deseable. Periodistas sin formación en la disciplina, sobre todo en el interior del país, habrían incurrido en desatinos en el ejercicio profesional, vulnerando las normas éticas. Ello habría motivado procesos disciplinarios seguidos en varias instancias, culminando, incluso, con la separación de los infractores del seno de la Asociación. Sin embargo, el propio Mejía muestra cierta desazón respecto de los Códigos de Ética que considera

textos interesantes para su lectura pero con poca fuerza para su aplicación, pese a que en el caso de los miembros de la Asociación se comprometen bajo juramento a respetar sus preceptos.

#### VI.2.1.1.3. Código de Ética del Colegio de Periodistas del Perú<sup>718</sup>

El Código de Ética Periodística del Colegio de Periodistas del Perú es el más logrado desde el punto de vista formal. Fue acordado el 24 de junio de 1990 por el Consejo Nacional de la institución, sustituyendo así al Código de 1982, aprobado por Decreto Supremo N° 006-82, como parte del paquete legislativo con el que fue creado este Colegio profesional.

El Código consta de una exposición de motivos, ocho capítulos y 19 artículos. El primer capítulo señala normas generales: la obligación del profesional de proceder con honor, reconociendo el derecho ajeno como límite natural a la libertad de expresión, así como la obligación de cumplir con las normas establecidas en el mismo Código. El segundo capítulo se ocupa de los actos contra la profesión periodística, enumerando una serie de actos contrarios a su ética: delito doloso, uso de documentos falsos, omisión del secreto profesional, uso de material periodístico ajeno, solicitud de donaciones, publicación como noticia de material publicitario, uso de la profesión para la obtención de ventajas personales, recibo de compensaciones ajenas a los emolumentos convenidos con su empleador. Asimismo, se señala en este capítulo la facultad del periodista de acogerse a la cláusula de conciencia cuando el medio en el que trabajase cambia de orientación o línea editorial. El capítulo tercero describe deberes con Dios y la Patria: con independencia de la religión que profese, el periodista deberá respetar a Dios y las creencias religiosas, así como deberá defender y respetar los intereses nacionales, los símbolos patrios y la memoria de héroes y próceres. El capítulo cuarto trata sobre los deberes con los colegas. Al respecto enumera los siguientes: respeto al derecho de autoría, respeto por la reputación y honor de los colegas, obligación de ayuda y amparo a los periodistas afectados por el cumplimiento de su trabajo profesional y solidaridad con sus colegas. El capítulo quinto establece

---

<sup>718</sup>.- Para la evaluación del Código de Ética del Colegio de Periodistas del Perú hemos entrevistado también a su decano nacional, Carlos Fernández Orosco. El Código bajo comentario ha sido reproducido en el Anexo N° 11.

deberes con los medios en los que labora, señalando actos contrarios a la ética periodística como: revelar asuntos de carácter reservado de la empresa o pactar honorarios inferiores a los establecidos por la ley.

El capítulo sexto abunda sobre los deberes para con la sociedad. Aquí el catálogo de situaciones es mucho más extenso y detallado: derecho a la intimidad, respeto por la verdad, conducta imparcial y objetiva, rechazo del sensacionalismo, la violencia, el terrorismo y el narcotráfico, promoción de la solidaridad, protección de la niñez y juventud, condena de la pornografía, defensa de los derechos humanos, respeto por las creencias y opiniones ajenas, entre otros.

El capítulo séptimo establece deberes de las empresas editoras. La propuesta es audaz, pues éstas no se reconocen en el Colegio de Periodistas. Entre los más destacados están los siguientes: acoger la respuesta, aclaración o rectificación de quien se considere afectado por cualquier medio de comunicación; diferenciar lo estrictamente periodístico de lo publicitario; y no obligar al periodista a trabajar materiales moralmente lesivos. Finalmente, el capítulo octavo está referido a las medidas disciplinarias.

#### VI.2.1.1.4. Código de Ética Unificado de la Industria de la Comunicación<sup>719</sup>

El 1 de julio de 2001 entró en vigencia el Código de Ética Unificado de la Industria de la Comunicación, suscrito hasta la fecha por un conjunto muy representativo de este sector: Junta Directiva de la Asociación Nacional de Anunciantes, Junta Directiva de la Asociación Peruana de Agencias de Publicidad, Unión Peruana de Radiodifusión, Colegio de Periodistas del Perú, Colegio de Periodistas de Lima, Asociación Peruana de Empresas de Investigación de Mercados, Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas, Instituto Peruano de Publicidad, Andina de Televisión Canal 9, Grupo RPP, Radio Panamericana, Radio A, Corporación Radial, Asociación de Comunicación Social Calandria, Confederación General de Periodistas del Perú, Consejo Superior Internacional de Prensa, y Veeduría Ciudadana de la Comunicación Social. Este Código, sin embargo, no sustituye los que varias de estas organizaciones mantienen vigentes.

---

<sup>719</sup>.- El texto íntegro de este Código está disponible en el Anexo N° 12.

En su primera parte el Código fija sus alcances, precisando que sus valores, principios éticos y lineamientos son relevantes para quienes participan en las actividades de la Industria de la Comunicación, ya se definan como Anunciantes, Agencias de Publicidad o Medios de Comunicación, independientemente de que se encuentren o no asociados a los gremios de los respectivos sectores.

En su segunda parte desarrolla valores y principios fundamentales: veracidad, respeto a la dignidad de la persona humana y responsabilidad social. Sobre el primero afirma que el contenido de toda comunicación debe ser verdadero y completo y transmitido de manera pertinente y honesta. Las fuentes de información deberán ser identificables, confiables y comprobables, quedando a salvo el derecho a guardar el secreto profesional en las actividades periodísticas. Los resultados de investigaciones se presentarán en forma clara, evitando inducir a error por ambigüedad, inexactitud u omisión. El segundo principio, el respeto por la persona humana, es reconocido como un imperativo, destacándose el respeto por su intimidad y su libertad de determinación personal, observándose especial cuidado con los grupos particularmente vulnerables: niños y jóvenes, ancianos, pobres y personas con educación limitada. Al respecto se rechaza la presentación de la figura humana, en especial la de la mujer y el niño, en situaciones indecorosas, deshonestas, o agraviantes; la discriminación por raza, religión, sexo, orientación sexual, nivel cultural o económico, limitaciones físicas, o por cualquier otra índole; y el uso de representaciones o palabras que ridiculicen, denigren u ofendan la dignidad humana. El tercer principio, responsabilidad social, alude al deber de comunicar una auténtica visión del desarrollo humano en sus dimensiones materiales, culturales y espirituales, promoviendo el respeto riguroso de la moral, las buenas costumbres, y los bienes culturales y espirituales. Ello implica también el respeto por la familia, las instituciones religiosas, las autoridades democráticamente constituidas, las instituciones y los símbolos patrios.

La tercera parte se ocupa de la interpretación del código, estableciendo que para ello debe aplicarse la regla de la buena fe comercial, considerando la doctrina y la jurisprudencia nacional e internacional, aplicando la autorregulación y los principios de leal competencia y legalidad.

El código es muy deficiente en su estructura y sintaxis. En sus alcances carece de concreción pues, al recomendarlo para la industria de la comunicación, engloba un conjunto muy vasto de actividades, sin suficientes precisiones para cada una de ellas. De igual forma al abordar los valores y principios que lo inspiran es reiterativo en su atención a la intimidad, a la familia y a la niñez, pero obvia otros temas propios en este tipo de códigos, como el honor y las libertades de expresión e información. La confusión parece deberse a que este código pretendió regir, en primer término, la actividad publicitaria. No obstante, al convocarse a sectores de la prensa para suscribirlo parecen agregadas, aunque fuera de contexto, cuestiones relativas a la intimidad de las personas, la veracidad de las personas o el secreto profesional de los periodistas.

#### VI.2.1.1.5. Código de Ética y Deontología del Círculo de Periodistas Deportivos del Perú<sup>720</sup>

El Círculo de Periodistas Deportivos es una de las pocas entidades gremiales del periodismo peruano que tiene una cierta vigencia. Ello, a nuestro juicio, guarda relación con la amplia cobertura de las actividades deportivas y la exigencia de una acción gremial ante los clubes y las autoridades administrativas y policiales para acceder a los campos y ambientes donde aquellas se realizan. Una representación gremial facilita las gestiones que de otro modo tendría que hacer cada medio e, incluso, cada periodista individualmente, pues muchos de los profesionales dedicados a la materia lo hacen con independencia de los medios, ofreciendo luego a estos los materiales obtenidos. El Código consta de cuatro apartados: Declaración de Principios, Aplicaciones Generales, Del Tribunal de Honor y De las Faltas y Sanciones.

La Declaración de Principios, en sus primeras líneas, establece que la ética periodística “orienta la conducta de los Periodistas Deportivos hacia el bien, busca lo ideal, lo correcto y la excelencia”. Aunque el texto carece de suficiente orden es posible hallar algunos principios aunque de distinta jerarquía: la obligatoriedad de su cumplimiento; el respeto a las persona y a la dignidad humana; la misión de orientar a

---

<sup>720</sup>.- Para una mejor información sobre la aplicación del Código de Ética y Deontología del CPDP hemos entrevistado a su presidente, Juan Alberto Espinoza Véliz. El Código ha sido reproducido en el Anexo N° 13.

la sociedad en la verdad; o la solidaridad como principio inherente al periodista deportivo y al gremio.

Las Aplicaciones Generales constan de doce artículos. Allí se reitera la obligatoriedad del Código y se abunda sobre el ámbito de su jurisdicción y sus competencias. En esta sección se define la falta a la ética periodística como aquella que comete el profesional “que abusa de su condición, para obtener de una o varias personas, cualquier ventaja, provecho o beneficio indebido”. Sin embargo, no se describen conductas típicas que configuren violaciones al Código.

La tercera sección, dedicada al Tribunal de Honor, posee ocho artículos, en los que describe su composición y atribuciones. La cuarta y última parte se titula De las Faltas y Sanciones. Las faltas se clasifican en muy graves, graves, moderadas y leves. Para las dos últimas las sanciones varían entre la amonestación y la suspensión del Círculo hasta por seis meses. Para las faltas graves y muy graves hay una amplia discrecionalidad para la decisión del Tribunal de Honor.

En definitiva, el Código adolece de una falta de sistematización, sobre todo en cuanto se refiere a la tipificación de las faltas éticas. Aunque el Código tiene la aprobación del Consejo Directivo del Círculo, aquel debería ser aprobado en una Congreso Nacional de la organización. Al igual que en otros gremios de la prensa, el Código existe pero no tiene vigencia alguna, según lo ha reconocido el presidente de este gremio, el señor Juan Alberto Espinoza Véliz. Debemos referir, ya como hecho anecdótico, que en la búsqueda de este Código los directivos del Círculo debieron invertir mucho tiempo. Pues si bien todos sabían de su existencia, nadie conocía el lugar donde estaba archivado.

#### VI.2.1.2. Códigos de Ética de los Medios de Comunicación

##### VI.2.1.2.1. Principios Rectores del Grupo *El Comercio*<sup>721</sup>

---

<sup>721</sup>.- Sobre la aplicación de los Principios Rectores de *El Comercio*, hemos entrevistado a la editora de la sección Lima del diario decano de la prensa nacional, Maritza Zapata Vásquez. Los Principios Rectores pueden encontrarse en el Anexo N° 14.

Los Principios Rectores de *El Comercio* datan de 1998, cuando fue presentada su primera versión. La que está actualmente vigente es del 2006 y ha ampliado su ámbito —originalmente centrado en el diario *El Comercio*— hacia el conjunto de medios que integran el Grupo, lo cual incluye también a los diarios *Perú 21*, *Trome* y *Gestión*, además de sus versiones electrónicas. Este marco deontológico confirma su independencia y autonomía editorial. Los Principios, aunque aprobados por la dirección del grupo editorial, han recogido la participación en su elaboración de diversos equipos de trabajo, además del aporte de editores y gerentes de los medios del Grupo, profesores y alumnos de varias universidades y figuras internacionales en el campo deontológico, como Jack Fuller, presidente de *Tribune Publishing Co.* y Álex Grijelmo, responsable del Libro de Estilo del diario *El País*, en España. Los Principios Rectores son de obligatorio cumplimiento para los periodistas del Grupo *El Comercio*.

Los principios son veinte, desarrollados bajo los siguientes títulos: la independencia; la veracidad; el entretenimiento, la cultura y el espíritu; la innovación; el servicio; la información publicitaria y los valores; la defensa de la democracia; la defensa de los derechos humanos; la defensa de la libertad de expresión; la defensa de la calidad de vida; el servicio; la responsabilidad periodística; la autonomía informativa; el uso responsable del poder; el cumplimiento de la ley; la objetividad y la subjetividad; la privacidad y la intimidad; las fuentes; la rectificación y la réplica; el negocio; y el cumplimiento de los principios rectores. Cada uno de estos temas está cuidadosamente tratado y puesto en relación con los demás.

Aún cuando el documento no tiene ni la forma ni la denominación de un código deontológico, sus contenidos son similares, pues recoge los principios éticos que guían la actuación del grupo periodístico. En tal sentido, creemos que para efecto de su análisis como documento de autocontrol, puede ser asimilado a los códigos de ética.

#### VI.2.1.2.2. Código de Ética Participativo del diario *El Tiempo* (Piura)<sup>722</sup>

El diario *El Tiempo*, de la ciudad de Piura, en la costa norte del Perú, inició su andadura el 9 de enero de 1916, con una primera tirada de mil quinientos ejemplares. La

---

<sup>722</sup>.- Puede hallarse en el Anexo N° 15.



plana periodística la conformaban su director y propietario, don Luis Carranza, y su único redactor, Eduardo López. La primera plana la ocupó entonces una amplia información sobre los enfrentamientos durante la primera guerra mundial. Además el diario recogió noticias provenientes de las localidades cercanas de Paita, Sullana, Sechura, La Huaca y Catacaos.

*El Tiempo* asumió así un compromiso expresado en su primer editorial: “Un espíritu de optimismo nos ha guiado al emprender la obra de dotar a Piura de un diario completamente ajeno a todo compromiso de bandería; sin más norte que hacer una labor sana y sin más aspiración que la de un servicio de informaciones imparcial y verídico”. Tras su aparición, el diario promueve una campaña contra la ineficiencia de la Policía Rural, a la que responsabiliza de los continuos asaltos en el campo. También reclama a las autoridades municipales por el descuido de parques y jardines, marcando una preocupación por el medio ambiente que ha continuado a través de los años. En 1929 don Federico Helguero Seminario compra el diario y se convierte en su director, modernizándolo e incorporando servicios de cable y radio para la recepción de noticias y convirtiéndolo en el de mayor circulación en la región. La misma familia Helguero conduce el diario hasta hoy. Su actual directora es Luz María Helguero de Plaza, periodista piurana formada en la Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad de Piura.

El diario ha desarrollado, con la asesoría de la Veeduría Ciudadana de la Comunicación Social, lo que han denominado un Código de Ética Participativo, al que aún se da un carácter preliminar. Éste cuenta con cinco apartados dedicados al respeto por la veracidad informativa, el ejercicio de la libertad con independencia y pluralidad, el compromiso por la justicia en el país y la región, el respeto a los lectores y la relación con ellos mediante el diálogo, y el desarrollo de una cultura deliberativa y tolerante para la creación de la agenda pública. Cada uno de estos bloques es desarrollado en varios puntos.

#### VI.2.1.2.3. Códigos de Ética de las Publicaciones del Grupo Apoyo<sup>723</sup>

---

<sup>723</sup>.- Para una mejor comprensión del uso de este código entrevistamos al *Ombudsman* del Grupo Apoyo, José María de Romaña. El documento en mención puede verse en el Anexo N° 16.

Apoyo es una consultora en temas económicos y empresariales. Sus actividades no son esencialmente periodísticas. Sin embargo, como parte de sus propósitos, mantiene una empresa subsidiaria: Apoyo Publicaciones, que edita las revistas *Semana Económica* y *Perú Económico*. Hasta hace poco más de un año producía también la prestigiosa revista *Debate*, más orientada a temas políticos y sociales, en una perspectiva analítica y de reflexión. Según los voceros de la empresa, Apoyo Publicaciones opera con independencia y autonomía respecto de los demás miembros del grupo consultor y, especialmente, de los que prestan servicios a firmas y personas sobre las que el semanario y su portal reportan. No comparte con ellos información acerca de los clientes de éstas, ni se conciertan a favor de sus intereses. Esta preocupación explica la existencia de un Código de Ética, instrumento tan poco frecuente en el periodismo escrito en el Perú.

La revista *Semana Económica* dispone también de un portal de negocios y economía. Esta publicación está dirigida a un selecto grupo de gerentes, directivos y propietarios de empresas que aportan, en conjunto, el 45% del Producto Bruto Interno del país y ofrece completa información del panorama empresarial, además del análisis económico del medio.

*Perú Económico* es un reporte mensual que analiza las causas complejas de los fenómenos económicos y sociales que ocurren en el Perú y el mundo. Su enfoque pretende ser intuitivo y prospectivo, procurando trascender la coyuntura. Desde 1977 se ofrece a gerentes y ejecutivos de las más exitosas empresas del país. Fue la primera revista peruana que se especializó en temas económicos.

El Código de Ética de estas publicaciones proclama en sus primeras líneas que éstas se deben fundamentalmente a sus lectores, sin otra lealtad que la anteceda. Consta de 19 artículos en los que abunda sobre los tópicos más frecuentes en este tipo de instrumentos: vida privada, acceso a la información pública, cotejo de fuentes, pluralidad, entre otros.

#### VI.2.1.3. Contenidos sustantivos en los códigos de ética

Tras los resúmenes presentados de cada uno de los más relevantes códigos deontológicos de la prensa en el Perú, ofrecemos ahora una plantilla de observación en la que puede evaluarse los contenidos predominantes en los códigos bajo estudio. Sobre el eje horizontal hemos ubicado la referencia a cada uno de los códigos, en el mismo orden en que han sido presentados. En el eje vertical hemos descrito cada uno de los contenidos sustantivos generalmente reconocidos en este tipo de instrumentos. Para ello seguimos la metodología aplicada por el profesor Porfirio Barroso Asenjo en sus investigaciones sobre los códigos deontológicos de la prensa alrededor del mundo, a la que hemos aludido en el capítulo precedente al hacer un cuadro sintético con los hitos de la evolución ética del periodismo peruano. Para el efecto él usa unos cuarenta principios, sobre cuya presencia indaga en los códigos. Estos principios son parte de las 54 lecciones del Proyecto Docente del curso de Ética Periodística del doctor Barroso, en la Universidad Complutense de Madrid. Son los principios más frecuentes en los códigos deontológicos a nivel universal. Esta metodología ha sido validada ya en numerosas investigaciones y fue aprobada, por ejemplo, por el Comité de Validaciones de Proyectos de Investigación de la *Santa Clara University, California, USA*, donde Barroso realizó estudios sobre los contenidos de la enseñanza de la ética periodística. Asimismo, sus numerosos estudios sobre los códigos de ética en el mundo se han servido de esos mismos principios, al igual que investigaciones posteriores en regiones determinadas.

Por nuestra parte, hemos optado por repetir la metodología sustituyendo unos pocos principios por otros que hemos visto repetirse en los códigos peruanos. Creemos que estos criterios o contenidos propios de los códigos de ética periodística engloban la casi totalidad de los temas abordados en los códigos deontológicos a nivel mundial, como lo prueban las investigaciones dirigidas por Barroso. Nuestro trabajo busca de esta forma, en primer término, establecer cuáles son los contenidos predominantes en los códigos peruanos y contrastarlos con la experiencia universal abordada por Barroso y contenida en los principios usados en la metodología por él propuesta. En segundo término, hemos hecho el estudio comparativo de los códigos peruanos. Esta fase de la investigación puede contribuir a esclarecer los aciertos de los códigos locales, tanto como sus vacíos y deficiencias. Habida cuenta de la escasez de códigos en los medios de prensa peruanos, estos resultados pueden contribuir al desarrollo de códigos éticos en los medios y a la perfección futura de los existentes.

Los contenidos cuya presencia se indaga en los códigos son los siguientes:

1. Verdad, objetividad, exactitud en la información. Precisión. Manipulación. Rumores, opiniones. Imparcialidad.
2. El secreto profesional del periodista. Proteger sus fuentes de información.
3. Integridad del periodista (NO al soborno).
4. No a la calumnia, difamación, acusación. Honor. Honra. Injuria.
5. Dignidad, honradez, honestidad profesional. Lealtad a la empresa y a los compañeros.
6. Corrección de errores y derecho de réplica y rectificación.
7. Respeto a la intimidad y vida privada, y a la propia imagen de las personas. Dolor, hospitales.
8. Defensa de la libertad de información y responsabilidad. Censura y autocensura.
9. Primacía del servicio al bien común. Evitar los conflictos de interés. No ventajas personales.
10. Igualdad de tratamiento. No discriminación.
11. El periodista debe aceptar su responsabilidad y presentarse como tal periodista en el ejercicio profesional.
12. El periodista debe decir "NO" a la publicidad y propaganda.
13. El periodista debe utilizar solamente justos y honestos medios.
14. Obligatoriedad de las normas éticas del periodista.
15. No a la pornografía. Ética y fotografía de prensa.
16. Que los titulares correspondan con el cuerpo del artículo.
17. Solidaridad profesional. Espíritu de cuerpo.
18. No incitación a la violencia, crimen, robo. Ética y terrorismo.
19. Derechos de autor y mención de fuente. Propiedad intelectual. Plagio.
20. Distinguir lo que es noticia y lo que es comentario.
21. Deontología sobre informes de crímenes y suicidios. Se debe tener en cuenta la presunción de inocencia.
22. La cláusula de conciencia.
23. No al sensacionalismo periodístico.
24. Comprobar la veracidad de las fuentes de información y mencionarlas, a ser posible.

25. Salarios dignos para los periodistas.
26. Obligación del periodista de respetar las instituciones sociales (Iglesia, Estado, Parlamento. Constitución y leyes).
27. No expresiones vulgares, falsedades e imputaciones.
28. Incompatibilidad del periodista con cargos públicos. Intrusismo profesional, hacer publicidad.
29. Ni nombres, ni fotografías de jóvenes delincuentes en periódicos. Protección a la juventud y a la infancia.
30. Preparación académica y formación continuada del periodista.
31. Los periodistas deben respetar, proteger y promover la justicia social y los derechos humanos.
32. El periodista debe cumplir en todo momento el Código de Ética Profesional.
33. El periodista no debe mezclar la vida profesional con la sentimental.
34. Ética de la empresa informativa.
35. Protección de la familia, el niño y el anciano.
36. Delito doloso del periodista.
37. Protección de la naturaleza y los animales.
38. Respeto por los valores patrios.
39. Independencia.
40. Ofrecimiento de entretenimiento y cultura.



**Tabla N° 3: Principios éticos hallados en Códigos de Ética peruanos, con indicación de sus artículos pertinentes**

|   | FPP            | CPP        | ANP     | CEUIC      | P. Deportivos   | El Comercio                         | El Tiempo                    | Apoyo   |
|---|----------------|------------|---------|------------|-----------------|-------------------------------------|------------------------------|---------|
| Verdad, objetividad, exactitud en la información. Precisión. Manipulación. Rumores, opiniones. Imparcialidad. | 9b             | 8          | 2, 3, 8 | 1,1.3,1.4, | Decl. Princ.    | 1, 1.2, 2, 2.1, 2.4, 11.4, 15, 18.2 | 1.1, 1.4, 2.1, 2.2, 3.5, 4.2 | 4, 17   |
| El secreto profesional del periodista. Proteger sus fuentes de información.                                   | 4c, 8a         | 3c, 7a     | 9       | 1.1        |                 | 17.3, 17.4                          |                              | 5       |
| Integridad del periodista (NO al soborno).  | 1              | 3e, 3h, 10 | 10, 12  |            | Decl. Princ.    |                                     |                              | 9       |
| No a la calumnia, difamación, acusación. Honor. Honra. Injuria.   |                | 8          | 6       |            |                 |                                     |                              |         |
| Dignidad, honradez, honestidad profesional. Lealtad a la empresa y a los compañeros.                          | 1, 4j, 7b      | 1,6b, 7a   |         |            |                 | 1.5                                 |                              |         |
| Corrección de errores y derecho de réplica y rectificación.   | 10             | 9          | 9       |            |                 | 18, 18.1, 18.2, 18.3                |                              | 11      |
| Respeto a la intimidad y vida privada, y a la propia imagen de las personas. Dolor, hospitales.               | 9 <sup>a</sup> | 8          |         | 2,         |                 | 16.1, 16.2                          | 4.6                          | 1       |
| Defensa de la libertad de información y responsabilidad. Censura y autocensura.                               |                |            | 2, 4,10 |            |                 | 9, 11, 11.5,                        | 1.9, 2.4                     | 2       |
| Primacía del servicio al bien común. Evitar los conflictos de interés. No ventajas personales.                | 4e,4h          |            | 10      | 3          | Decl. Prin., 10 | 4                                   | 2.3, 3.1, 3.2, 3.3, 4.1, 4.3 | Prelim. |
| Igualdad de tratamiento. No discriminación.   | 9l             | 8          | 8       | 2.3        |                 | 8.3                                 |                              |         |

|  |        |                    |         |          |                |                |     |   |
|--|--------|--------------------|---------|----------|----------------|----------------|-----|---|
| El periodista debe aceptar su responsabilidad y presentarse como tal periodista en el ejercicio profesional. | 4g, 4j | 3g                 |         |          |                | 11.1, 11.3, 13 |     |   |
| El periodista debe decir "NO" a la publicidad y propaganda.  | 4f, 11 | 3f, 10             |         |          |                | 6.3, 6.4       |     | 7 |
| El periodista debe utilizar solamente justos y honestos medios.  | 4b     | 3b                 | 8       |          |                | 11.6, 14       | 1.3 | 6 |
| Obligatoriedad de las normas éticas del periodista.  | 2      | 2, 12              | 1       |          | 1,2,4,5        | 20             |     |   |
| No a la pornografía. Ética y fotografía de prensa.   | 9d     | 8, 11              | 8       | 2.2, 3.5 |                |                |     |   |
| Que los titulares correspondan con el cuerpo del artículo.   |        |                    |         |          |                |                |     |   |
| Solidaridad profesional. Espíritu de cuerpo.   | 7c     | 6b, 6c, 6d         | 2, 6, 7 |          | Decl. Prin., 9 |                |     |   |
| No incitación a la violencia, crimen, robo. Ética y terrorismo.  | 9d, 9f | 8                  | 1       | 3.5      |                | 7, 8.2         |     |   |
| Derechos de autor y mención de fuente. Propiedad intelectual. Plagio.  | 4d, 7a | 3d, 6 <sup>a</sup> |         | 1.1,     |                |                |     |   |
| Distinguir lo que es noticia y lo que es comentario.   |        | 8                  |         |          |                | 15             | 1.6 | 7 |
| Deontología sobre informes de crímenes y suicidios. Se debe tener en cuenta la presunción de inocencia.      | 9e, 9g | 8, 11              |         |          |                |                |     |   |
| La cláusula de conciencia.   | 4i     | 3j                 | 10      |          |                | 12.6           |     |   |
| No al sensacionalismo periodístico.  |        | 8                  | 8       |          |                |                |     |   |



|   |       |        |     |           |     |                      |               |       |
|---|-------|--------|-----|-----------|-----|----------------------|---------------|-------|
| Comprobar la veracidad de las fuentes de información y mencionarlas, a ser posible.                                   | 4b    |        |     | 1.1, 1.2, |     | 2.5, 17.5, 17.6      | 1.1, 1.2, 1.4 | 3, 16 |
| Salarios dignos para los periodistas.   | 8b    | 3i, 7b | 11  |           |     |                      |               |       |
| Obligación del periodista de respetar las instituciones sociales (Iglesia, Estado, Parlamento. Constitución y leyes). | 5     | 4,5    |     | 3         |     | 7                    | 2.6           | 12    |
| No expresiones vulgares, falsedades e imputaciones.   | 6, 9k | 8      |     | 2.4, 3.8  |     |                      |               |       |
| Incompatibilidad del periodista con cargos públicos. Intrusismo profesional, hacer publicidad.                        |       |        |     |           |     | 1.4                  | 2.5           |       |
| Ni nombres, ni fotografías de jóvenes delincuentes en periódicos. Protección a la juventud y a la infancia.           | 9h    |        |     |           |     | 16.4                 |               |       |
| Preparación académica y formación continuada del periodista.  |       |        | 5   |           |     |                      | 4.5           |       |
| Los periodistas deben respetar, proteger y promover la justicia social y los derechos humanos.                        | 9j    | 8      | 1,2 |           |     | 8.1,                 |               |       |
| El periodista debe cumplir en todo momento el Código de Ética Profesional.  | 2     |        |     |           | 1,4 |                      |               |       |
| El periodista no debe mezclar la vida profesional con la sentimental.   |       |        |     |           |     | 1.3                  |               |       |
| Ética de la empresa informativa.  |       |        |     |           |     | 12.2, 12.7, 12.9, 19 |               |       |

|  |    |                |   |      |  |          |  |  |
|--|----|----------------|---|------|--|----------|--|--|
| Protección de la familia, el niño y el anciano | 9h | 8              |   | 2, 3 |  | 10, 16.4 |  |  |
| Delito doloso del periodista                   | 4a | 3 <sup>a</sup> |   |      |  |          |  |  |
| Protección de la naturaleza y los animales     | 9m | 8              |   |      |  | 5.7      |  |  |
| Respeto por los valores patrios                | 6  |                | 1 | 3    |  |          |  |  |
| Independencia                                  | 9c |                |   |      |  | 1, 12    |  |  |
| Ofrecer entretenimiento y cultura              |    |                |   |      |  | 3        |  |  |

FPP : Federación de Periodistas del Perú

CPP : Colegio de Periodistas del Perú

ANP : Asociación Nacional de Periodistas del Perú

CEUIC : Código Ético Unificado de la Industria de la Comunicación

P. Deportivos : Círculo de Periodistas Deportivos del Perú

El Comercio : Grupo El Comercio. Diarios *El Comercio*, *Perú 21*, *Trome* y *Gestión*. Revista *Somos*

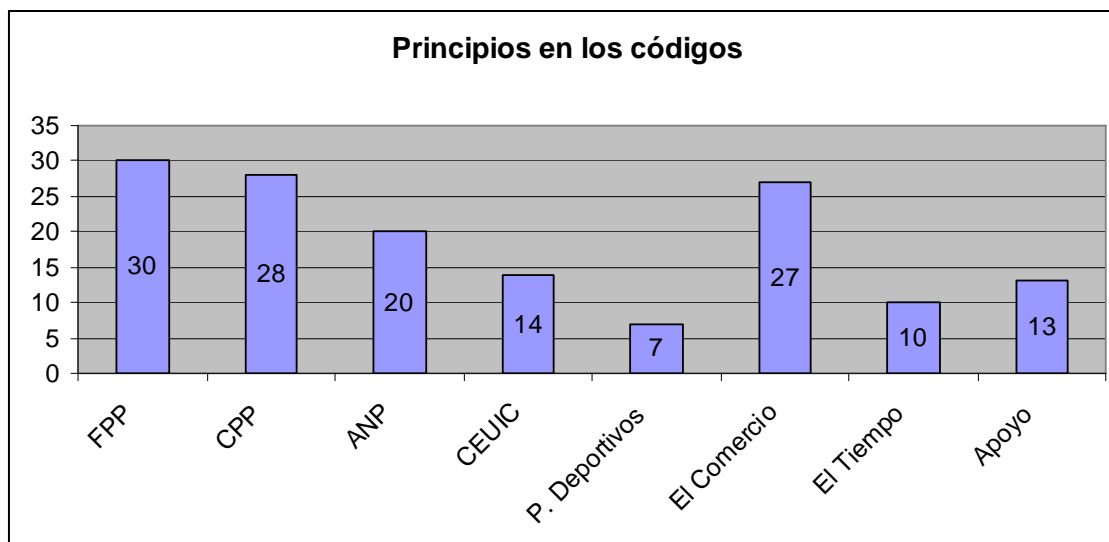
El Tiempo : Diario *El Tiempo* de Piura

Apoyo : Grupo Apoyo. Revistas *Perú Económico* y *Semana Económica*

Revisados los códigos de ética periodística de la Federación de Periodistas del Perú, del Colegio de Periodistas del Perú, de la Asociación Nacional de Periodistas, el Código Ético Unificado de la Industria de la Comunicación, el Código de Ética y Deontología del Círculo de Periodistas Deportivos del Perú, los Principios Rectores del grupo *El Comercio*, el Código Ético del diario *El Tiempo* y el Código de Ética Periodística de las publicaciones del Grupo Apoyo, hemos establecido, usando la metodología de análisis del doctor Porfirio Barroso Asenjo, las ocasiones en que aparecen en cada uno de estos instrumentos los diferentes principios considerados en la citada metodología. Como puede observarse, todos los principios están presentes cuando menos en algún código, excepto uno de aquellos: que los titulares correspondan con el cuerpo del artículo. También puede apreciarse cómo varios de los principios están destacados en un mismo código en repetidas ocasiones. El de verdad, objetividad y exactitud, por ejemplo, no sólo figura en todos los códigos, sino que en la mayoría de ellos está reiteradamente recogido en su articulado.

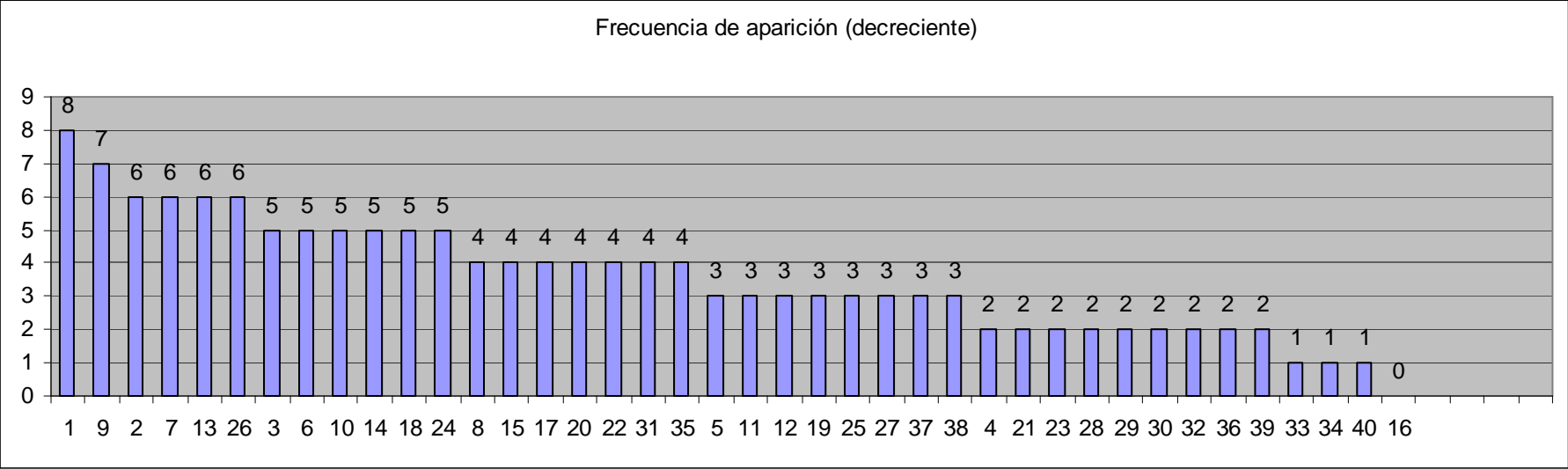
En el gráfico siguiente puede observarse también el número de principios recogidos en cada uno de los códigos. Así, el de la Federación de Periodistas del Perú puede considerarse el más completo, pues recoge 30 de los 40 principios evaluados. Le siguen el del Colegio de Periodistas del Perú con 28 y los Principios Rectores del Grupo *El Comercio*, que coincide con 27 de esos principios. El que menos principios posee es el del Círculo de Periodistas Deportivos del Perú, que solamente considera siete.

**Gráfico N° 2: Principios recogidos en los códigos de ética periodística peruanos**



La ética periodística, sin embargo, no parece estar desprotegida desde el punto de vista de los códigos deontológicos. Los gremios más importantes de la profesión poseen código y, en términos generales, reúnen los principios más destacados de la ética periodística a nivel universal. Es cierto que sería deseable que también los medios de comunicación tuvieran códigos éticos. Sólo el grupo *El Comercio* tiene sus Principios Rectores que constituyen, en la práctica, un auténtico Código, aplicable a los diarios *El Comercio*, *Perú 21*, *Trome* y *Gestión*, que forman parte del mismo conglomerado editorial. El diario *El Tiempo* —que también tiene un código ético—, aunque es un importante periódico regional, tiene una circulación limitada a la ciudad de Piura. Las publicaciones del Grupo Apoyo, *Perú Económico* y *Semana Económica*, tienen un carácter especializado. Si bien no tienen influencia en el gran público, sus informaciones y comentarios sí tienen amplia repercusión en los sectores dirigentes del país.

Gráfico N° 3: Frecuencia de aparición de los principios en los códigos de ética periodística del Perú<sup>724</sup>



<sup>724</sup>.- La numeración de los principios observados es la señalada en el listado ya mostrado en páginas precedentes.

Como puede observarse el principio de veracidad y exactitud es el más frecuente en los códigos peruanos. Está presente en los ocho códigos estudiados. Le sigue el principio de servicio al bien común con mención en siete códigos. En seis códigos están los principios sobre el secreto profesional, el respeto por la vida privada, el uso de justos y honestos medios y el respeto por las instituciones. En el extremo opuesto, sin ninguna mención en los códigos estudiados, está el principio según el cual los titulares deben corresponder con el cuerpo del artículo, único ausente entre los códigos peruanos.

## VI.2.2. Libros de Estilo

### VI.2.2.1. Libro de Estilo del diario *El Comercio*<sup>725</sup>

El "Libro de Estilo", de 1998, recoge los principios rectores de *El Comercio*, que ya hemos mencionado al ocuparnos de los Códigos Deontológicos, y los desarrolla considerando también aplicaciones prácticas. El propósito, según la introducción del volumen, es que tanto los periodistas del diario como su público, puedan contar con elementos de juicio, para entender la posición editorial del diario.

El Libro es un compendio de normas de procedimiento para los periodistas de esa casa. Busca mostrar cómo los principios tienen un correlato práctico y recoge aspectos diversos del trabajo del medio: las diferencias de estilos de redacción, las formas de acceder a las fuentes noticiosas, las vías para la atención de las quejas y rectificaciones, entre otros tópicos, todo ello ilustrado con ejemplos tomados de la larga experiencia del diario.

La idea del Libro fue madurando por varios años. Los primeros contenidos fueron analizados durante un seminario realizado en 1992, conducido por los eminentes académicos Carlos Soria y Juan Antonio Giner. Un primer borrador sólo fue completado en 1997. Ese documento fue revisado por comisiones formadas en la redacción. Una segunda versión fue leída por los codirectores, que introdujeron todavía

---

<sup>725</sup>.- Sobre el Libro de Estilo entrevistamos a la editora de la sección Lima de *El Comercio*, Maritza Zapata Vásquez.

algunas ideas adicionales. El libro, finalmente, fue discutido por diversos subcomités de trabajo, formados por periodistas que formularon propuestas en un segundo seminario de Innovación Periodística conducido por Carlos Soria y Marta Botero. El Libro de Estilo de *El Comercio* es, en tal sentido, el resultado del esfuerzo de periodistas de todas las secciones del diario.

El Libro es de uso obligatorio por todos los profesionales de esa casa editora. Unifica criterios de redacción y presentación, al mismo tiempo que ofrece principios éticos y profesionales. Su cumplimiento permite la creación, cada día, al decir de sus directores, “de un periódico homogéneo, bien redactado, ordenado”.

Lastimosamente, su conocimiento por el público es nulo, pese a que en sus propósitos iniciales puede leerse la idea de que los lectores tengan elementos de juicio para juzgar el trabajo periodístico realizado en *El Comercio*. Sus contenidos no están disponibles en la página en internet del diario. Un volumen publicado hace varios años está agotado y sólo se ubica en bibliotecas.

Desde el punto de vista ético el Libro no aporta más elementos que los ya señalados en los Principios Rectores del grupo *El Comercio*, pues se limita a desarrollarlos con ejemplos. Abunda, sí, en otros aspectos relativos a la presentación del diario, su redacción y la composición de sus aspectos gráficos.

El Libro tiene el mérito de ser el primero en el Perú en su género y, hasta la fecha, el único conocido. Nos hemos dirigido a todos los directores y jefes de redacción de los diarios y revistas de circulación nacional indagando sobre la existencia de algún tipo de mecanismo de autocontrol. Las respuestas han sido siempre evasivas, cuando no el reconocimiento de la ausencia de códigos éticos y, más aún, de libros de estilo. La mayoría de los diarios y revistas de circulación nacional, según constatamos en algunas entrevistas realizadas a varios de sus directivos, no perciben que esta sea una carencia relevante, pues consideran que ese vacío puede cubrirse al admitir la competencia del Tribunal de Ética del Consejo de la Prensa Peruana, del que nos ocuparemos más adelante.

### VI.2.3. Estatutos de Redacción

En el Perú ningún medio de prensa tiene un Estatuto de Redacción o alguna figura semejante. El diario *El Comercio* tiene sus Principios Rectores, que hemos comentado en el apartado anterior, pero estos pueden ser asimilados a los códigos de ética y no a los Estatutos. Estos últimos son el producto de una negociación entre los periodistas y el medio de comunicación, cosa que no sucede con los Principios mencionados, que responden a la línea de conducta aprobada por los propietarios del medio y de obligatorio cumplimiento para quienes trabajan en él.

No obstante, la cláusula de conciencia, que resulta uno de los tópicos en los estatutos de redacción en el mundo, está legislada en el Perú en el artículo 34° de la Ley 28278, Ley de Radio y Televisión, promulgada el 15 de julio de 2004. Allí se establece que los titulares de servicios de radio y televisión regirán sus actividades conforme a los códigos de ética que deben establecer en forma asociada o individual, en los cuales se deberá incluir mecanismos concretos de autorregulación y la cláusula de conciencia. El mismo artículo indica que los titulares de los servicios citados, o quien ellos deleguen, atienden las quejas y comunicaciones que envíe el público en relación con el código de ética, así como lo relativo al derecho de rectificación.

La cláusula de conciencia debe regir en los contratos de trabajo o de locación de servicios que celebren todos aquellos que ejercen la actividad periodística en un medio de radiodifusión. Ésta, sin embargo, no es extensiva a las actividades informativas en otro tipo de medios de comunicación, como los periódicos y revistas. La incorporación de esta cláusula en los contratos de trabajo es lo más aproximado a los estatutos de redacción, en tanto garantiza a los periodistas la conclusión de su contrato como si se tratara de un despido arbitrario, cuando se produce un cambio manifiesto en la línea editorial del medio de comunicación.

No es propiamente este recurso, sin embargo, un mecanismo de autocontrol. No lo es, a nuestro juicio, porque no emana de la actuación libre y voluntaria de los comunicadores, sino que es un mandato de la ley. La norma, además, no es de fácil aplicación en un medio como el peruano, donde la precariedad laboral entre los periodistas es muy alta, más aún en el limitado ámbito de la radio y la televisión.



Difícilmente un periodista estará dispuesto a renunciar a su puesto de trabajo, aun cuando recibiese una indemnización equivalente a la del despido arbitrario, sabiendo que sus posibilidades de obtener otro empleo serán muy limitadas, tanto por las restricciones del mercado como por la previsible negativa de otros propietarios de medios de comunicación, alertados por la conducta contestataria y levantisca del usuario de la cláusula de conciencia. De hecho, no hemos tenido noticia en el Perú de la aplicación de esta cláusula.

Por el contrario, cuando se han producido cambios en la línea editorial de algún medio de radiodifusión, se han visto despidos de periodistas afines a la administración precedente. Ha sido el medio el que ha querido desprenderse de ellos y no los periodistas quienes hayan invocado la cláusula de conciencia. Es el caso reciente de Panamericana Televisión, la señal televisiva más importante del país, y de Global Televisión, otra emisora de señal abierta en Lima y con presencia en diversos lugares del Perú.

En el primer caso se produjo un sonado cambio en la administración, y consecuentemente en la línea editorial, en el 2002, antes del reconocimiento legal de la cláusula de conciencia. Panamericana Televisión había recibido dinero del régimen del presidente Alberto Fujimori para comprometer en su favor su línea editorial e informativa. Su propietario mayoritario, Ernesto Schultz Landázuri, huyó del país acusado de numerosos delitos vinculados con estos hechos. El accionista minoritario Genaro Delgado Parker tomó la conducción del medio en condición de Administrador Judicial. Los periodistas más representativos de esa casa televisiva fueron virtualmente echados de sus puestos de trabajo. Dadas las circunstancias de corrupción que precedieron a los despidos, difícilmente podría haberse invocado la cláusula de conciencia. Tampoco estaba vigente la ley de Radio y Televisión que incorporó la cláusula en el ordenamiento jurídico peruano. Pero se percibió entonces la protesta y el ánimo de los periodistas salientes de permanecer en la emisora de televisión, antes que de renunciar por el cambio en la línea editorial. En el segundo caso, el de Global Televisión, ya estaba vigente la citada Ley de Radio y Televisión. Tampoco se produjo entonces la invocación de la cláusula de conciencia ante los cambios producidos en esa emisora.

La invocación de la cláusula de conciencia no será tampoco en el futuro tarea fácil en el Perú. El periodista que se ampara en ella para renunciar a su centro de trabajo y demandar una indemnización, deberá acreditar el cambio en la línea editorial en el medio de comunicación, lo cual no siempre tiene manifestaciones suficientemente explícitas, susceptibles de ser valoradas de modo objetivo en un proceso judicial. Los cambios tampoco se producen siempre de un modo abrupto, impidiendo así una demostración tajante del cambio. Difícilmente, un periodista estará dispuesto a arriesgar su empleo, y con ello el sustento de su familia, a cambio de una esquivada indemnización tras un tortuoso proceso judicial, en el cual, incluso, podría ser derrotado y obligado a pagar los gastos y costas procesales.

Un problema estructural, relacionado con el intrusismo profesional y con el exceso de profesionales universitarios del periodismo, ha determinado en el Perú, como en otras latitudes, un deterioro de las condiciones laborales en este sector. De igual forma los altos niveles de informalidad —economía subterránea como también suele llamársele— han determinado a su vez elevados niveles de subempleo y autoempleo, de tal forma que no existen relaciones laborales estables entre empresarios y trabajadores. Este fenómeno es muy evidente también en el campo de los medios de comunicación donde se aplican contratos temporales, contratos de locación de servicios, prácticas profesionales y otras formas precarias de relación laboral, que hacen casi inviable la plena observancia de un recurso como la cláusula de conciencia y, más aún, el establecimiento de Estatutos de Redacción como ocurre ya en democracias prósperas y avanzadas.

De cualquier forma la cláusula de conciencia, aunque injustificadamente limitada a la radio y a la televisión, introduce en el Perú uno de los elementos típicos de los estatutos de redacción, aunque no lo hace por la libre voluntad de los propietarios de medios y periodistas, sino por mandato de la ley.

### VI.3. Organismos

#### VI.3.1. Tribunales de Honor

Hemos identificado en esta categoría de organismo de autocontrol tres tribunales de honor: del Colegio de Periodistas del Perú, de la Federación de Periodistas del Perú, y del Círculo de Periodistas Deportivos del Perú. Además hemos hallado un Comité de Ética Gremial, de la Asociación Nacional de Periodistas del Perú. Analizaremos cada caso y evaluaremos, de un modo sistemático, sus características y funciones.

##### VI.3.1.1. Tribunales de Honor de los gremios vinculados a la comunicación social

###### VI.3.1.1.1. Colegio de Periodistas del Perú<sup>726</sup>

Este Colegio profesional, a cuya creación nos hemos referido en el capítulo precedente, tiene un Tribunal de Honor elegido en el Congreso Nacional de la orden. En los veintisiete años de vida institucional del Colegio, sólo existe evidencia de un pronunciamiento de este Tribunal. Aun cuando el Código de Ética establece que los fallos del Tribunal deben registrarse en un libro especial que debe quedar en custodia del Colegio, ninguna autoridad actual tiene tal registro. Según se nos informara en una entrevista realizada con el Decano Nacional del CPP, señor Carlos Fernández Orosco, el Tribunal no tiene a la fecha ninguna actividad. Algunas eventuales quejas formuladas ante el gremio, respecto de la actuación de periodistas, no han podido iniciar su trámite ante los tribunales de honor departamentales, debido a que los denunciados no son miembros del Colegio. El Decano Nacional señala que el Colegio tiene ocho mil profesionales colegiados. Sin embargo, sólo unos trescientos son miembros activos, que cumplen con el pago de las cuotas establecidas. No se conoce cuántos han fallecido.

El nivel de intrusismo en la profesión periodística, sobre todo en el interior del país, es muy elevado, especialmente en los medios de radiodifusión. Fernández Orosco

---

<sup>726</sup>.- La información relativa a esta sección fue ampliada en entrevista con el Decano Nacional del Colegio de Periodistas del Perú, Carlos Fernández Orosco.

supone que un porcentaje poco significativo de los colegiados están ubicados en los medios de comunicación. Estima que un alto porcentaje de ellos son funcionarios públicos o están dedicados a labores docentes o a actividades ajenas al periodismo. Las afirmaciones del Decano, aunque no tienen sustento en estudio alguno, se corresponden con algunos datos de la realidad. En el Perú no es obligatoria la colegiación para el ejercicio del periodismo ni es tampoco condición la obtención de un título profesional en la especialidad. Sin embargo, en la administración pública las numerosas oficinas de prensa, relaciones públicas o imagen institucional existentes suelen demandar profesionales titulados y colegiados, pues hay normas que así lo establecen. Ello explica que un porcentaje significativo de los colegiados trabajen para el Estado en sus diferentes niveles: gobierno central y gobiernos regionales y locales.

El Colegio de Periodistas, aunque sus inicios fueron muy auspiciosos en 1982, nunca obtuvo los recursos que su ley de creación le prodigaba, como porcentaje de la inversión publicitaria. La norma fue modificada y el Colegio condenado a la orfandad material. Las figuras más importantes del periodismo nacional no son miembros de la orden, que dejó de ser, al poco tiempo de su creación, un referente válido para la profesión. No es extraño por ello, tampoco, que los ciudadanos no vean en esa institución un espacio para ventilar sus críticas y demandas a la prensa y a los profesionales que en ella trabajan.

En la exposición de motivos del Código de Ética Periodística aprobado por el Colegio en 1990, del que nos hemos ocupado ya en estas páginas, se refiere que tras una década de existencia de la institución en algunos colegios departamentales no se había instalado aún el respectivo Tribunal de Honor como organismo de primera instancia y que en la mayoría de los que sí lo habían hecho, estos no funcionaban. La situación, según nos ha explicado el actual Decano Nacional, no ha variado.

No obstante, el Tribunal de Honor del Colegio de Periodistas del Perú, como organismo de autocontrol, existe y todo ciudadano podría acudir a él, ante cualquier violación del Código de Ética Periodística.

El Tribunal posee dos instancias: una departamental y otra nacional. Sólo admite denuncias instauradas contra profesionales colegiados. El procedimiento

disciplinario es reservado. Los fallos pueden hacerse públicos sólo si, a juicio del Tribunal, la naturaleza de la falta lo requiere.

El Colegio puede sancionar a sus miembros, de acuerdo a la gravedad de la infracción, con las siguientes medidas: amonestación, que puede ser pública o privada; suspensión, hasta por un máximo de seis meses; y separación definitiva por falta grave calificada por el Tribunal de Honor Nacional. Todos los procedimientos señalados están contemplados en el Código de Ética Periodística ya comentado.

Aunque pueda observarse vacíos y deficiencias en las normas, debemos reconocer la existencia del organismo, pese a su nula vigencia y credibilidad, que coincide con la situación general del Colegio de Periodistas del Perú.

#### VI.3.1.1.2. Federación de Periodistas del Perú (FPP)<sup>727</sup>

La Federación, a diferencia del Colegio, es un ente únicamente gremial y no profesional. Fundada en 1950 bajo el lema “Libertad para la verdad, responsabilidad en la expresión y decorosa condición económica para el periodista”, se ha preocupado, fundamentalmente, de aspectos reivindicativos, relativos a la situación socio laboral de sus agremiados, sin importar si ellos poseen o no un título profesional en la especialidad. La gran mayoría de sus integrantes, unos dos mil distribuidos en 52 centros federados a nivel nacional, no son profesionales universitarios, según la información que nos proporcionara el señor Germán Llanos Castillo, presidente de la Federación. La cifra indicada es el resultado de un proceso de reinscripción pues en gestiones anteriores se habría negociado la incorporación al gremio de muchas personas, sin ejercicio en la profesión, hasta alcanzar la cifra de cinco mil asociados.

La Federación tiene también una preocupación ética, manifestada desde sus inicios en su declaración de principios y, posteriormente, en sucesivos Códigos de Ética. El último de ellos, ya comentado, contempla también la existencia de un Tribunal de Honor. Pese a ello el Presidente de la Federación de Periodistas del Perú no recuerda ningún caso que haya sido resuelto en los últimos años por ese Tribunal. En décadas

---

<sup>727</sup>.- En entrevista con Germán Llanos Castillo, presidente de la FPP, obtuvimos parte de la información que corresponde a esta sección.

precedentes habría sido, según nos refirió, un instrumento para la sanción de grupos opositores al interior del mismo gremio, pero no de juicio de conductas profesionales. En la actualidad el Tribunal no tiene integrantes. Algunos de los que fueron elegidos hace casi una década han fallecido. Se espera que en el próximo congreso nacional ha realizarse en el transcurso del presente año esta instancia sea reactivada. Llanos considera que hasta los años sesenta casi no había necesidad de acudir a un Tribunal de Honor. A partir de su propia experiencia durante 22 años, en la redacción del desaparecido diario *La Prensa*, cree que los periodistas de antaño ejercían en sus propias tareas un autocontrol mucho más severo, poniéndose en la condición del lector, oyente o televidente. No hubo entonces, según afirma, necesidad de apelar a este tipo de organismos.

El Presidente de la Federación de Periodistas reconoce que la institución que lidera carece hoy de credibilidad y que cuesta mucho recuperarla. Responsabiliza a dirigencias anteriores de haber abandonado la preocupación por la capacitación de los periodistas, tarea en la que fuera muy activa décadas atrás. La Federación no tiene casi actividades de capacitación, salvo algunos eventos al interior del país. Tampoco tiene publicaciones. Las tareas de capacitación, dice Llanos, corresponden al Colegio de Periodistas. Las anteriores dirigencias, antes que velar por los intereses de los periodistas, se habrían dedicado a establecer premiaciones de todo tipo, como el *Lapicero de Oro* o la *Pluma de Oro*. Sólo en casos excepcionales podrá ahora entregarse ese tipo de reconocimientos. La preocupación central de la Federación es el acceso a la Seguridad Social para los periodistas, buena parte de los cuales no tienen una relación laboral regular con las empresas en las que trabajan.

Al igual que el Colegio de Periodistas, la Federación carece de vigencia y languidece en su ya vetusto local, administrada por antiguos dirigentes, que guardan recuerdos de tiempos idos, cuando la Federación podía poner en jaque a un gobierno. Ello ocurrió en efecto desde mediados de los años cincuenta hasta fines de los sesenta, cuando buena parte de lo más exquisito del periodismo nacional se integraba en sus filas. Llanos culpa a los sucesivos gobiernos de la situación de la Federación. Difícil acertijo el de establecer las causas de su escasa vigencia. Tal vez alguna pista pueda hallarse en las propias disputas al interior de los gremios periodísticos, muchas de ellas azuzadas desde partidos políticos e ideologías radicales.

Al igual que en el caso del Colegio de Periodistas, existe pues un Tribunal de Honor en los acuerdos y en los documentos, aunque en medio de la más absoluta indiferencia de sus potenciales recurrentes. Está encargado de conocer los casos de transgresiones al Código de Ética Profesional y la aplicación de las sanciones correspondientes. Lo integran cuatro miembros, todos ellos elegidos por tres años en Congreso Nacional Ordinario. Tiene plena autonomía en el cumplimiento de sus funciones. Las violaciones del Código de Ética Profesional pueden ser sancionadas por el Tribunal con amonestación, suspensión de derechos y, si fuera el caso, expulsión.

Los procesos disciplinarios se inician mediante denuncia expresa o de oficio en el respectivo Tribunal de Honor departamental. Dentro del término de 48 horas se citará a las partes a audiencia. Ésta será pública o privada en función de la gravedad de la falta. En ella la parte denunciada podrá hacer su descargo. Si no hubiera necesidad de ampliar la investigación ni acopiar nuevos elementos de probanza, se fijará día y hora para una nueva audiencia, en que las partes harán sus alegatos. El Tribunal dará a conocer su fallo en la misma sesión. El Tribunal de Honor nacional servirá de instancia de casación. Sus fallos son inapelables.

El proceso tiene un carácter sumario, con muy pocas garantías para el denunciado, que en sólo 48 horas debe contestar la denuncia. Si bien el Tribunal de Honor nacional actúa como instancia de casación, el sentido de esa figura jurídica es el de detectar los fallos de procedimiento que pudieran conllevar su nulidad, pero no implica un nuevo pronunciamiento sobre el fondo del asunto contencioso. En definitiva nos parece deficiente el modelo de este Tribunal, aunque nuestro juicio sobre el mismo sea un vano ejercicio dada su inactividad.

#### VI.3.1.1.3. Asociación Nacional de Periodistas del Perú (ANP)<sup>728</sup>

Esta es, como fue señalado en el capítulo precedente dedicado al marco histórico, la más añeja organización de periodistas en el Perú. Fundada en 1928 es la única entidad de la profesión que mantiene significativa vigencia. Es la más numerosa

---

<sup>728</sup>.- Para el desarrollo de esta sección sostuvimos una entrevista con Roberto Mejía Alarcón, presidente de la ANP.

en afiliados: unos ocho mil asociados en 88 organizaciones provinciales, nueve regionales y 18 departamentales, según la información que nos proporcionó su presidente, Roberto Mejía Alarcón, cuando fue entrevistado por nosotros como parte del trabajo de campo de esta tesis. No obstante, los afiliados activos bordean los tres mil, de los cuales se estima que un treinta por ciento son periodistas profesionales. La ANP ha demostrado en plazas y calles su presencia, cuando se ha tratado de defender los derechos de los periodistas.

La ANP es además la promotora de una Universidad, recién reconocida como tal, pero con más de cincuenta años dedicados a la formación de periodistas. Ésta lleva el nombre del primer periodista en el Perú: Jaime Bausate y Mesa. La institución tiene mil doscientos estudiantes y su reciente reconocimiento como Universidad le otorga ahora una nueva proyección.

Aunque la ANP surgió como una entidad para la reivindicación de los derechos de los periodistas, en tensión con los propietarios de los periódicos de la época, ha mostrado siempre, también, una preocupación por la ética periodística. Llama la atención, sin embargo, que los instrumentos éticos de los que dispone, al igual que los del Colegio de Periodistas y la Federación de Periodistas, sean meramente nominales. Mejía Alarcón, preguntado sobre la operatividad del Comité de Ética Gremial —el nombre que la Asociación le asigna al par de los tribunales de honor—, reconoce que no tiene mayor vigencia. En la última década, estima el presidente de la ANP, no ha visto más de tres o cuatro casos. Ninguno de ellos ha tenido trascendencia pública y la información sobre los mismos es muy imprecisa. Al respecto sólo puede concluirse en la inoperancia del mecanismo, aunque también disponga de un marco normativo adecuado.

El Estatuto de la ANP establece que el Comité de Ética Gremial es el organismo funcional encargado de solucionar los conflictos y controversias en caso de infracción al Estatuto, reglamentos u otras normas de carácter gremial. Uno de estos reglamentos es la Carta Ética de la ANP. Puede advertirse, sin embargo, que a diferencia de los tribunales de honor de las organizaciones ya referidas, este Comité de Ética no alude de modo directo en sus funciones a la vulneración de los principios propios del quehacer periodístico. Los términos en que se asignan las funciones al Comité harían suponer,



por el contrario, que su finalidad guarda relación, básicamente, con los conflictos y controversias en casos de infracción al Estatuto. Como este desarrolla los aspectos orgánicos de la Asociación, entonces el Comité no pasaría de ser un canal para la solución de disputas internas del gremio y no un mecanismo valedero de autocontrol de la actividad periodística. La información proporcionada por el presidente de la ANP confirmaría esta hipótesis.

Mejía Alarcón admite que el periodismo peruano roza con mucha frecuencia con el libertinaje. Hay una pérdida del sentido de la verdad, a favor de la novedad, piensa. Llevado por ese principio el periodismo se habría habituado a pasar por alto el honor de las personas y su intimidad, arguyendo un ejercicio legítimo de la libertad de prensa. La falta de verificación y contraste de las informaciones en ciertas denuncias periodísticas serían también, según nuestro entrevistado, otros males éticos en el periodismo peruano. Las deficiencias éticas, sin embargo, no serían recientes. Unos periodistas con un lenguaje más mesurado y otros más altisonantes, habrían incurrido desde antaño en las mismas faltas.

La proyección de la ANP en la vida pública del país ha estado más vinculada con la reivindicación de los derechos de los trabajadores de la prensa que con la preocupación deontológica. Sus dirigentes provienen, en su mayoría, del quehacer sindical, antes que de las aulas universitarias y de las preocupaciones un tanto abstractas de la ética.

El Comité de Ética Gremial es elegido por el Congreso Nacional de la ANP, por un período de tres años, entre tres de sus asociados activos. Las siguientes son sus atribuciones: conocer las medidas disciplinarias adoptadas por el Comité Ejecutivo Nacional de la Asociación y sus demás instancias; intervenir de oficio cuando se produjeran conflictos que se hicieren públicos; y aplicar las sanciones disciplinarias correspondientes. Las decisiones del Comité podrán ser revisadas por el Congreso Ordinario a solicitud de la parte interesada.

El Estatuto ya citado precisa cuáles son las faltas en las que pueden incurrir los agremiados. La primera de ellas es el incumplimiento de las disposiciones estatutarias, reglamentarias y de la Carta Ética de la ANP. Además son pasibles de sanción el

incumplimiento de acuerdos y resoluciones de los órganos de gobierno, la realización de actividades que atenten contra los principios y fines de la Asociación y la injuria, calumnia o difamación contra los dirigentes y demás miembros de la Asociación.

Las sanciones que pueden recaer en los agremiados y adherentes que incurran en las faltas citadas son: amonestación escrita, suspensión, separación y expulsión, en función de la naturaleza o gravedad de la falta y de los antecedentes del encausado. Las bases distritales y provinciales de la ANP están investidas también de autoridad como órganos disciplinarios de primera instancia, pudiendo sancionar con amonestación y suspensión. El Buró y el Comité Ejecutivo Nacional, es decir la dirigencia nacional, pueden actuar como órganos disciplinarios de segunda instancia y pueden imponer, además de las sanciones precedentes, la de separación al infractor. El ya comentado Comité de Ética Gremial actuará como órgano disciplinario de tercera instancia pudiendo imponer, en adición a las sanciones señaladas, la de expulsión. El Congreso Ordinario, finalmente, puede actuar como instancia de revisión a petición de parte. Su decisión es definitiva e inapelable. Llama la atención esta multiplicidad de instancias que, presumimos, dificulta y extiende cualquier proceso hasta el hastío, más aún considerando que la instancia final es el Congreso de la Asociación, cuyas reuniones como es natural son esporádicas.

Según refiere Mejía Alarcón, el Tribunal de Honor se ha visto debilitado en los últimos tiempos. Preguntado en nuestra entrevista sobre la cantidad de casos resueltos por las instancias de autocontrol, Mejía respondió que había expedientes pero que no tenía cifras concretas, que eran pocos los casos y que no estaba satisfecho con la actuación de los tribunales de honor, que consideraba deficiente. Ante nuestra insistencia nos dijo que había tres casos que se estaban ventilando en las respectivas instancias, pero aún sin resultados definitivos. Recuerda, aunque sin precisión, que se han producido hace varios años algunas separaciones temporales y hasta alguna expulsión. Insinúa también cierto espíritu de cuerpo que impide cualquier procedimiento disciplinario de oficio.

Mejía explicó estas deficiencias por una suerte de anomia en la profesión, de falta de reglas, donde el periodista no es dueño de sus actos, sino que es sometido muchas veces a la voluntad de los empresarios de los medios de comunicación. Los

periodistas, además, no participan de Consejos Editoriales o de Redacción y se carece de los instrumentos de autocontrol propios de democracias avanzadas. Todo ello contribuye a un desinterés por los aspectos éticos del periodismo. Además, señala la situación propia de los pueblos apartados del interior del país, donde el periodista, generalmente radial, puede ser el único contrapeso frente al poder político, judicial o económico. De esas confrontaciones frecuentes pueden devenir luego enfrentamientos abiertos y faltas éticas, que hay que explicar en su contexto. Mejía distingue por ello entre un periodismo en las grandes ciudades, como Lima, Arequipa, Trujillo, Cuzco y otro en ciudades más pequeñas y un tercero incluso en los pueblos más alejados.

La ANP, según señaló nuestro entrevistado, hace esfuerzos por la capacitación ética de sus agremiados, mediante una programación anual de eventos en todo el país, auspiciados por la Universidad Jaime Bausate y Mesa, propiedad de la Asociación. Tienen para ello una cátedra itinerante auspiciada por la organización *Open International*. Cuentan además, para esa tarea, con el apoyo de la Federación Internacional de Periodistas.

Al igual que en el Colegio de Periodistas y en la Federación de Periodistas, en la Asociación hay una instancia ética que puede ser asimilada a la categoría de tribunales de honor. De igual forma, esta instancia carece de utilidad como mecanismo de autocontrol de la prensa.

#### VI.3.1.1.4. Círculo de Periodistas Deportivos del Perú<sup>729</sup>

Nos hemos ocupado ya del Código de Ética y Deontología del Círculo de Periodistas Deportivos del Perú. En ese documento se establece también la existencia de un Tribunal de Honor, como órgano asesor y consultor, cuya función es la de conocer, investigar, analizar y resolver de oficio, a pedido de la Junta Directiva o por denuncia, cualquier falta cometida por el periodista deportivo, por violación de las normas contenidas en el Estatuto o en el Código de Ética y Deontología.

---

<sup>729</sup>.- Sobre el particular nos entrevistamos con el presidente del CPDP, Juan Alberto Espinoza Véliz.

El Tribunal lo integran cuatro ex presidentes del Círculo. Lo preside el de mayor antigüedad. Su conformación será anual y entra en funciones una vez juramentado por la Junta Directiva. Los miembros del Tribunal deben haber mantenido una conducta intachable y no pueden haber sufrido condena judicial alguna. En el caso de no ser posible cubrir las plazas para el Tribunal con ex presidentes, la Junta Directiva podrá hacerlo con asociados de reconocida trayectoria y más de treinta años de antigüedad.

En entrevista sostenida con el presidente del Círculo, Juan Alberto Espinoza Véliz, éste admitió que al igual que en los otros gremios periodísticos el Tribunal de Honor no tiene actividad alguna.

#### VI.3.1.2. Sistematización de datos sobre los tribunales de honor

Es posible sistematizar la información básica obtenida sobre los tribunales de honor en los gremios de la prensa en el Perú. Ello permite hacer una comparación entre los mismos.

**Cuadro N° 1: Características de los tribunales de honor en los gremios periodísticos peruanos**

|                       | <b>CPP</b>                            | <b>FPP</b>                            | <b>ANP</b>                                       | <b>CPDP</b>     |
|-----------------------|---------------------------------------|---------------------------------------|--|-----------------|
| <b>Designación</b>    | Congreso                              | Congreso                              | Congreso   | Junta Directiva |
| <b>N° de miembros</b> | No precisado                          | Cuatro                                | Tres   | Cuatro          |
| <b>Calidades</b>      | No precisado                          | No precisado                          | Asociados regulares                              | Ex Presidentes  |
| <b>Instancias</b>     | Dos                                   | Dos                                   | Cuatro   | Una             |
| <b>Sanciones</b>      | Amonestación, suspensión y separación | Amonestación, suspensión y separación | Amonestación, suspensión, separación y expulsión | No establecidas |
| <b>Vigencia</b>       | No precisado                          | Tres años                             | Tres años  | Un año          |

La información obtenida en este punto, sin embargo, sólo es útil como ejercicio, pues como ha sido dicho, el hallazgo más relevante es la completa inoperancia de estos organismos en el Perú.

### VI.3.2. Consejos de Prensa

#### VI.3.2.1. Tribunal de Ética del Consejo de la Prensa Peruana<sup>730</sup>

##### VI.3.2.1.1. Antecedentes

En el Perú existe el Consejo de la Prensa Peruana, que agrupa a un conjunto de medios de comunicación de la prensa escrita, además de la radio de mayor audiencia en el país y de un canal de televisión de cable. En el seno del Consejo se creó, en 1997, un Tribunal de Ética. Está conformado por un conjunto de personalidades independientes designadas por un Consejo de Honor, a su vez nombrado por el Consejo. No tiene, sin embargo, representación del público, tampoco de los periodistas. Los integrantes no reciben compensación económica alguna por su participación en el Tribunal y actúan con completa independencia.

El Tribunal de Ética es un órgano de solución de conflictos. Se rige por los principios de probidad e independencia. Recibe y atiende solicitudes de rectificación y quejas relativas a las informaciones difundidas en los medios de comunicación, que pudieran transgredir los valores éticos del periodismo. No admite solicitudes de rectificación sobre columnas de opinión ni respecto de la línea editorial de los medios. Sus decisiones deben ser acatadas por los medios asociados al Consejo de la Prensa Peruana y tienen un carácter puramente moral. El Tribunal recibe también solicitudes referidas a medios no asociados al Consejo de la Prensa. En tales casos sigue el mismo procedimiento que ante sus propios miembros, siempre que los medios afectados estén dispuestos a aceptar su competencia.

---

<sup>730</sup>.- Sobre el funcionamiento del Tribunal de Ética del Consejo de la Prensa Peruana, hemos entrevistado a su asesor legal, el abogado David Álamo García. Reproducimos también, en el Anexo N° 17, el reglamento de ese organismo.

Además de procurar la solución de los conflictos que se le plantean, el Tribunal de Ética emite pronunciamientos sobre situaciones flagrantes en las que incurran los medios; emite recomendaciones para el tratamiento de materias periodísticas que contribuyan a la formación de una conciencia ética; y absuelve consultas.

El Tribunal elige a su presidente y vicepresidente por un período de dos años, pudiendo ambos ser reelectos por períodos iguales. El quórum es de cuatro miembros. Las resoluciones se adoptan con cuatro votos, de sus seis miembros.

El Reglamento Interno del Tribunal de Ética establece los procedimientos para la tramitación de las solicitudes de rectificación y de las quejas. La rectificación puede solicitarse directamente al medio o a través del Consejo de la Prensa o de su Tribunal. En caso de presentación directa al medio, éste la publicará dentro de las 72 horas de recibida si se trata de publicación diaria o en la edición más próxima si es un medio de difusión semanal o quincenal. Si la solicitud se remite a través del Consejo de la Prensa o del Tribunal de Ética, estos la harán llegar al medio de forma inmediata, procediéndose luego del modo ya indicado. La rectificación debe guardar proporcionalidad con el espacio de la nota rectificada y no puede contener epítetos o calificativos agraviantes, limitándose a la precisión de los hechos que se quiere aclarar. En caso de negativa del medio a publicarla el Tribunal podrá emitir resolución disponiendo su publicación en los medios que conforman el Consejo de la Prensa, en caso que declare fundada la solicitud. La nota rectificatoria debe publicarse bajo el membrete RECTIFICACIÓN, sin más apostilla o comentario que la desnaturalice.

Las quejas, a su vez, pueden ser presentadas directamente al Tribunal o al Consejo, acompañadas de las pruebas que la sustenten. La queja será puesta de inmediato en conocimiento del medio involucrado, el que dispondrá de un plazo no menor de cinco ni mayor de diez días útiles para expresar sus descargos. El Tribunal podrá disponer una reunión de conciliación entre las partes. A falta de acuerdo la queja será resuelta por el pleno del Tribunal. En caso de declararse fundada, la resolución podrá contener una o más de las siguientes medidas: la sola declaración de que la queja es fundada, sin mandato de publicación; mandato de publicación; y mandato adicional de que el medio exprese disculpas a las personas afectadas. Si, por el contrario, la queja es declarada infundada o improcedente, el medio está facultado para informar tal hecho.

Si el medio de comunicación se negara a publicar una resolución, el Tribunal podrá amonestarlo, disponiendo la publicación de la resolución inicial y de la amonestación. En caso de negativa del medio, el Tribunal podrá recomendar al Consejo de Honor la suspensión o la separación definitiva del medio.

El Tribunal inició su andadura en 1998. Desde entonces ha resuelto ya más de un centenar de casos y su intervención es requerida de forma intermitente. En años recientes ha tenido una gran demanda, aunque en los últimos ésta ha descendido, como podrá observarse en los cuadros siguientes.

Pese a las solicitudes atendidas y al avance que representa el Tribunal de Ética del Consejo de la Prensa Peruana, en materia de mecanismos de autocontrol de la prensa en el Perú, aún su labor deja mucho que desear. Las posibilidades de acceso a la información relativa a su labor son todavía limitadas. La página en internet de la entidad posee muy poca información. Entre las mayores deficiencias de esa página podemos citar las siguientes:

- a. No hay información relativa a los orígenes del Consejo de la Prensa Peruana.
- b. No se informa sobre el origen de la composición del Tribunal.
- c. No está disponible el reglamento del Tribunal de Ética.
- d. No están disponibles las resoluciones del Tribunal de Ética.
- e. No hay información precisa sobre los medios que integran el CPP.
- f. No hay estadísticas disponibles.

Tras las gestiones personales realizadas tuvimos acceso fragmentario a la información requerida. No podemos deducir de lo dicho un ánimo de restringir el acceso a la información propia del Consejo de la Prensa y de su Tribunal de Ética, pero la carencia de información básica disponible afecta gravemente la posibilidad de los potenciales usuarios de conocer a plenitud este mecanismo de autocontrol. La base del éxito de las fórmulas de autocontrol radica en su conocimiento pleno por parte del público. Si éste no puede comprender los alcances de la función del Consejo, difícilmente puede acudir a él.

VI.3.2.1.2. Sistematización de datos sobre el Tribunal de Ética del Consejo de la Prensa Peruana

Para nuestro análisis sobre las materias de las resoluciones utilizamos dos parámetros. Uno es el código ético de la *Press Complaints Commission* y otro son las lecciones del Proyecto Docente del curso de Ética Periodística del doctor Porfirio Barroso Asenjo, en la Universidad Complutense de Madrid, a las que ya nos hemos referido al hacer en este capítulo el análisis de los códigos deontológicos de la prensa en el Perú. Este último baremo, como también ha sido dicho, fue aprobado por el Comité de Validaciones de Proyectos de Investigación de la *Santa Clara University, California, USA* y ha sido replicado con éxito en varias tesis doctorales.

Los criterios aportados por la PCC son más generales que los contenidos en las lecciones de Porfirio Barroso y no permiten distinguir algunas faltas éticas, que quedan ocultas, por ejemplo, bajo el manto de la falta de exactitud. Sin embargo, para el análisis de las resoluciones hemos optado por usar ambos referentes para facilitar la posibilidad de comparación de la experiencia peruana con la británica (lo cual hacemos en el apartado siguiente, en el que también estudiamos las resoluciones de la FAPE), pues las resoluciones de la PCC se remiten en su texto a las vulneraciones de su propio código.

En muchas resoluciones hay más de una materia involucrada. Por ejemplo puede atentarse contra la veracidad de una información, pero al mismo tiempo puede haberse invadido la privacidad del sujeto noticiable y esto, a su vez, podría haberse realizado usando subterfugios clandestinos. Como puede verse, la vulneración de estos principios no puede fácilmente encasillarse respecto de un único precepto. Para hacer posible nuestro estudio hemos preferido establecer, en cada caso, el principio vulnerado con más intensidad, siguiendo para ello el criterio de tomar como referente el principio vulnerado más específico<sup>731</sup>. Así, entre la veracidad y la privacidad, hemos consignado este último, en el entendido que esta es una forma más aguda de coacción de la libertad del individuo. Así hemos procedido en todo los casos en los que se produce un concurso de principios afectados, prefiriendo destacar el más particular e intenso, sobre el más

---

<sup>731</sup>. - A modo de ejemplo hemos introducido, entre los anexos 18 a 29, una serie de resoluciones del Tribunal de Ética, que involucran principios éticos diversos.



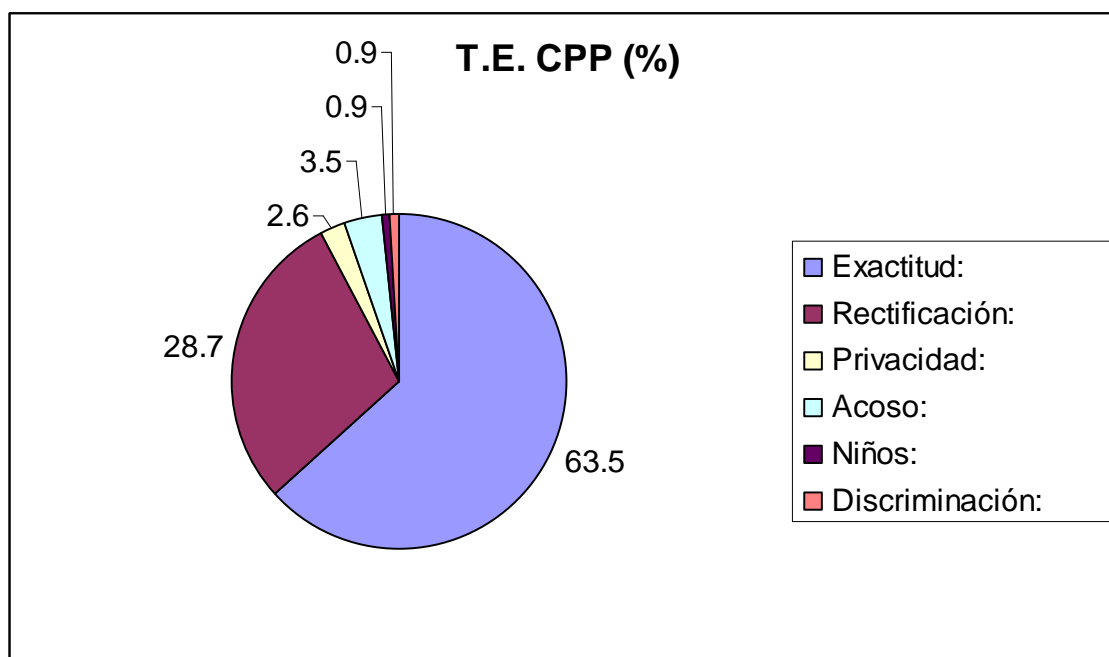
general y, por ello mismo, menos agresivo, desde el punto de vista de sus consecuencias sobre el afectado y el público en general.

**Tabla N° 4: Tribunal de Ética del Consejo de la Prensa Peruana. Principios éticos afectados con mayor frecuencia (por años). En función de las categorías de la PCC**

| T.E. Consejo de la Prensa Peruana |      |      |       |       |       |      |      |      |      |      |      |       |      |
|-----------------------------------|------|------|-------|-------|-------|------|------|------|------|------|------|-------|------|
|                                   | 1998 | 1999 | 2000* | 2001* | 2002* | 2003 | 2004 | 2005 | 2006 | 2007 | 2008 | Total | %    |
| Exactitud:                        | 1    | 0    | 0     | 0     | 0     | 12   | 34   | 16   | 7    | 2    | 2    | 73    | 63.5 |
| Rectificación:                    | 1    | 3    | 0     | 0     | 0     | 0    | 12   | 14   | 1    | 0    | 2    | 33    | 28.7 |
| Privacidad:                       | 0    | 0    | 0     | 0     | 0     | 1    | 1    | 0    | 0    | 0    | 1    | 3     | 2.6  |
| Acoso:                            | 0    | 0    | 0     | 0     | 0     | 1    | 1    | 0    | 2    | 0    | 0    | 4     | 3.5  |
| Intrusión casos de dolor:         | 0    | 0    | 0     | 0     | 0     | 0    | 0    | 0    | 0    | 0    | 0    | 0     | 0    |
| Niños:                            | 0    | 0    | 0     | 0     | 0     | 0    | 1    | 0    | 0    | 0    | 0    | 1     | 0.9  |
| Niños en casos de sexo:           | 0    | 0    | 0     | 0     | 0     | 0    | 0    | 0    | 0    | 0    | 0    | 0     | 0    |
| Intromisión en Hospitales:        | 0    | 0    | 0     | 0     | 0     | 0    | 0    | 0    | 0    | 0    | 0    | 0     | 0    |
| Parientes inocentes:              | 0    | 0    | 0     | 0     | 0     | 0    | 0    | 0    | 0    | 0    | 0    | 0     | 0    |
| Subterfugios clandestinos:        | 0    | 0    | 0     | 0     | 0     | 0    | 0    | 0    | 0    | 0    | 0    | 0     | 0    |
| Víctimas de agresión sexual:      | 0    | 0    | 0     | 0     | 0     | 0    | 0    | 0    | 0    | 0    | 0    | 0     | 0    |
| Discriminación:                   | 0    | 0    | 0     | 0     | 0     | 0    | 1    | 0    | 0    | 0    | 0    | 1     | 0.9  |
| Periodismo financiero:            | 0    | 0    | 0     | 0     | 0     | 0    | 0    | 0    | 0    | 0    | 0    | 0     | 0    |
| Fuentes confidenciales:           | 0    | 0    | 0     | 0     | 0     | 0    | 0    | 0    | 0    | 0    | 0    | 0     | 0    |
| Pagos a testigos:                 | 0    | 0    | 0     | 0     | 0     | 0    | 0    | 0    | 0    | 0    | 0    | 0     | 0    |
| Pagos por historias criminales:   | 0    | 0    | 0     | 0     | 0     | 0    | 0    | 0    | 0    | 0    | 0    | 0     | 0    |
| Total                             | 2    | 3    | 0     | 0     | 0     | 14   | 50   | 30   | 10   | 2    | 5    | 115   | 100  |

\* No se emitieron resoluciones

**Gráfico N° 4: Principios éticos afectados con mayor frecuencia. Resumen 1998-2008**



El primer dato que nos causa sorpresa es la significativa variabilidad en la cantidad de resoluciones emitidas a través de los años de funcionamiento del Tribunal de Ética del Consejo de la Prensa Peruana. En sus dos primeros años sólo se pronunció en cinco ocasiones. Durante los tres siguientes no lo hizo en ningún caso, aunque sí recibió quejas e interpuso sus buenos oficios e incluso resolvió disputas entre los quejosos y los medios, sin necesidad de emitir pronunciamientos formales. Experimenta sin embargo un pico muy elevado entre los años 2004 y 2005 con cincuenta y treinta resoluciones respectivamente. Las cifras descienden nuevamente a sus niveles iniciales en los años siguientes.

La política del Tribunal de Ética no parece haber tenido motivos para su alteración. Si bien los miembros del Tribunal han variado en el tiempo, no se han producido cambios abruptos en su composición. De la lectura de las resoluciones puede colegirse, sin embargo, como veremos en su oportunidad, que los mayores usuarios de este mecanismo han sido personajes públicos vinculados al quehacer político. Los años 2004 y 2005 fueron años preelectorales en los que los políticos parecen haber sido especialmente celosos respecto de las alusiones que sobre ellos podrían hacerse en los

medios de comunicación. Esta circunstancia podría explicar en parte el gran incremento de resoluciones en los años referidos, más aún si varias de las denuncias que las motivaron fueron presentadas por tres o cuatro de ellos, provocando esa suerte de inflación de contenciosos.

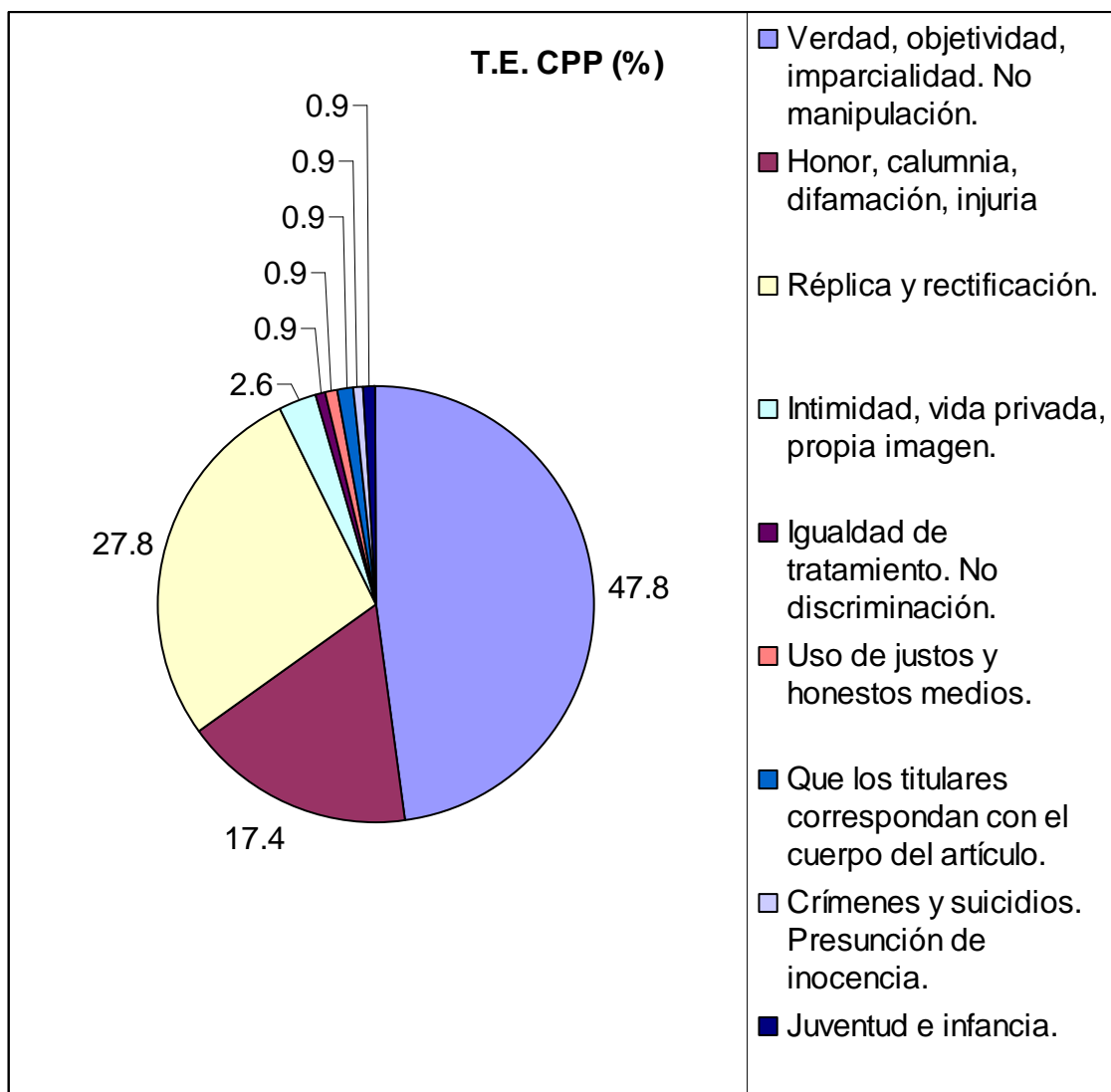
Otro dato llamativo es la elevada concentración de las resoluciones en sólo dos categorías: exactitud y rectificaciones. Ello obedece a la naturaleza del Tribunal de Ética del Consejo de la Prensa Peruana, que limita su acción a las quejas por comportamientos contrarios a la ética y a las rectificaciones. Su interpretación sobre el primer campo es bastante restrictiva y, con mucha frecuencia, no ha admitido a trámite quejas relativas al honor de las personas, considerando que deben ventilarse en los tribunales ordinarios, ni denuncias sobre cuestiones más generales relacionadas con la conducta de la prensa, arguyendo que corresponde a la sociedad civil un debate más amplio sobre ellas.

**Tabla N° 5: Tribunal de Ética del Consejo de la Prensa Peruana. Principios afectados con más frecuencia (por años). Categorías aplicadas por el doctor Porfirio Barroso**

| T.E. Consejo de la Prensa Peruana   | 1998 | 1999 | 2000* | 2001* | 2002* | 2003 | 2004 | 2005 | 2006 | 2007 | 2008 | Total | %   |
|---|------|------|-------|-------|-------|------|------|------|------|------|------|-------|-----|
| Verdad, objetividad, exactitud en la información. Precisión. Manipulación. Rumores, opiniones. Imparcialidad. | 0    | 0    | 0     | 0     | 0     | 6    | 27   | 13   | 6    | 1    | 2    | 55    | 48  |
| No a la calumnia, difamación, acusación. Honor. Honra. Injuria.   | 1    | 1    | 0     | 0     | 0     | 6    | 6    | 3    | 2    | 1    | 0    | 20    | 17  |
| Corrección de errores y derecho de réplica y rectificación.   | 1    | 2    | 0     | 0     | 0     | 0    | 12   | 14   | 1    | 0    | 2    | 32    | 28  |
| Respeto a la intimidad y vida privada, y a la propia imagen de las personas. Dolor, hospitales.               | 0    | 0    | 0     | 0     | 0     | 1    | 1    | 0    | 0    | 0    | 1    | 3     | 2.6 |
| Igualdad de tratamiento. No discriminación.   | 0    | 0    | 0     | 0     | 0     | 0    | 1    | 0    | 0    | 0    | 0    | 1     | 0.9 |
| El periodista debe utilizar solamente justos y honestos medios.   | 0    | 0    | 0     | 0     | 0     | 1    | 0    | 0    | 0    | 0    | 0    | 1     | 0.9 |
| Que los titulares correspondan con el cuerpo del artículo.  | 0    | 0    | 0     | 0     | 0     | 0    | 1    | 0    | 0    | 0    | 0    | 1     | 0.9 |
| Deontología sobre informes de crímenes y suicidios. Se debe tener en cuenta la presunción de inocencia.       | 0    | 0    | 0     | 0     | 0     | 0    | 1    | 0    | 0    | 0    | 0    | 1     | 0.9 |
| Ni nombres, ni fotografías de jóvenes delincuentes en periódicos. Protección a la juventud y a la infancia.   | 0    | 0    | 0     | 0     | 0     | 0    | 1    | 0    | 0    | 0    | 0    | 1     | 0.9 |
| Total   | 2    | 3    | 0     | 0     | 0     | 14   | 50   | 30   | 9    | 2    | 5    | 115   | 100 |

\* No se emitieron resoluciones

**Gráfico N° 5: Principios éticos afectados con mayor frecuencia. Resumen 1998-2008**

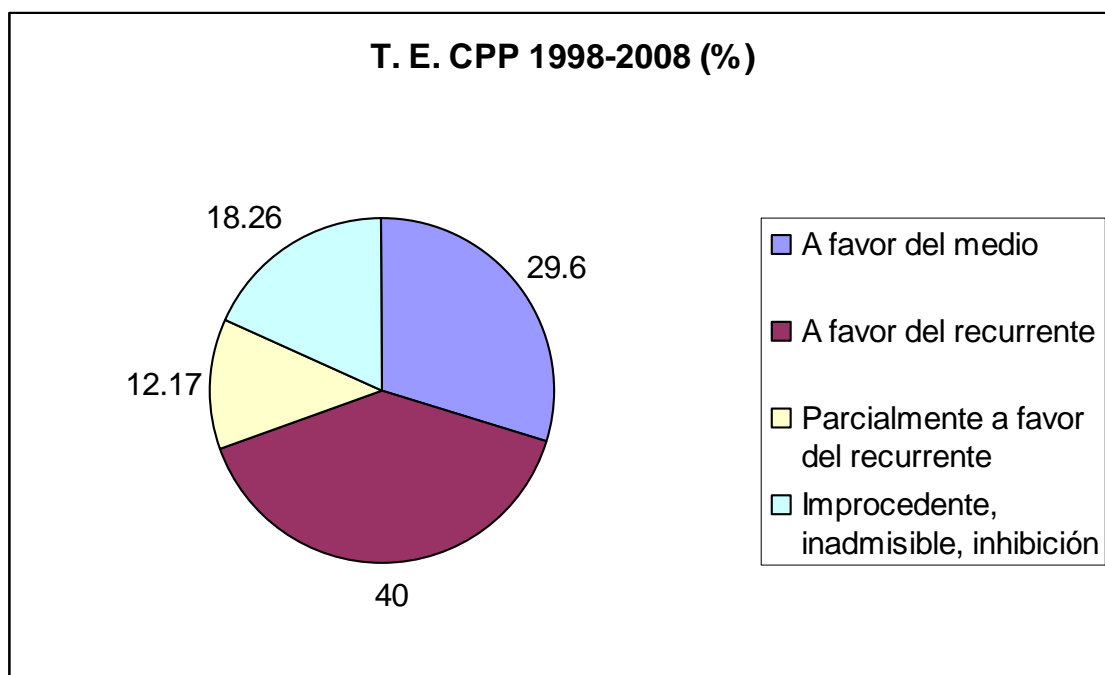


Cuando usamos las categorías del doctor Barroso es posible desagregar algunos de los expedientes que estaban considerados como inexactitudes, para reconocerlos como verdaderos agravios al honor de las personas. De igual forma aparecen reclamos más específicos: uso de justos y honestos medios, que los titulares correspondan con el cuerpo del artículo y presunción de inocencia.

**Tabla N° 6: Sentido de las Resoluciones del Tribunal de Ética del Consejo de la Prensa Peruana 1998-2008**

| <b>T.E. CPP</b>                       | 1998 | 1999 | 2000* | 2001* | 2002* | 2003 | 2004 | 2005 | 2006 | 2007 | 2008 | Total | %    |
|---------------------------------------|------|------|-------|-------|-------|------|------|------|------|------|------|-------|------|
| A favor del medio                     | 0    | 0    | 0     | 0     | 0     | 2    | 24   | 6    | 1    | 1    | 0    | 34    | 29.6 |
| A favor del recurrente                | 2    | 0    | 0     | 0     | 0     | 9    | 13   | 12   | 4    | 1    | 5    | 46    | 40   |
| Parcialmente a favor del recurrente   | 0    | 3    | 0     | 0     | 0     | 0    | 6    | 2    | 3    | 0    | 0    | 14    | 12.2 |
| Improcedente, inadmisible, inhibición | 0    | 0    | 0     | 0     | 0     | 3    | 7    | 10   | 1    | 0    | 0    | 21    | 18.3 |
| Total                                 | 2    | 3    | 0     | 0     | 0     | 14   | 50   | 30   | 9    | 2    | 5    | 115   | 100  |

**Gráfico N° 6: Sentido de las Resoluciones T. E. CPP. Resumen 1998-2008**



El sentido de las resoluciones emitidas por el Tribunal de Ética ha sido, generalmente, favorable a los recurrentes. Si sumamos las resoluciones a favor de estos con aquellas parcialmente favorables —que le conceden razón en alguna parte del petitorio— observaremos que menos del 20 por ciento de las resoluciones se han

inclinado a favor de los medios. Sólo en un año esta tendencia se vio abruptamente alterada: en el 2004, cuando el 48 por ciento de las resoluciones favorecieron a los medios y en otro 14 por ciento de los casos el Tribunal prefirió declararlas improcedentes o inadmisibles. Aquel año se produjo un pico histórico en el número de resoluciones emitidas, alcanzando las 50, sobre un total, desde 1998, de 115. ¿Podría esta circunstancia explicar que muchas de las resoluciones ya no hayan sido favorables a los recurrentes? Creemos que sí. Es posible suponer que hay un núcleo duro de recurrentes, relativamente constante, que presenta su queja ante violaciones éticas flagrantes. Pero más allá de estas puede haber quejas sin el mismo nivel de fundamentos. Tal vez podría lanzarse la hipótesis en el sentido de que a mayor cantidad de quejas menor calidad de los fundamentos y, consecuentemente, menor índice de fallos a favor de los recurrentes.

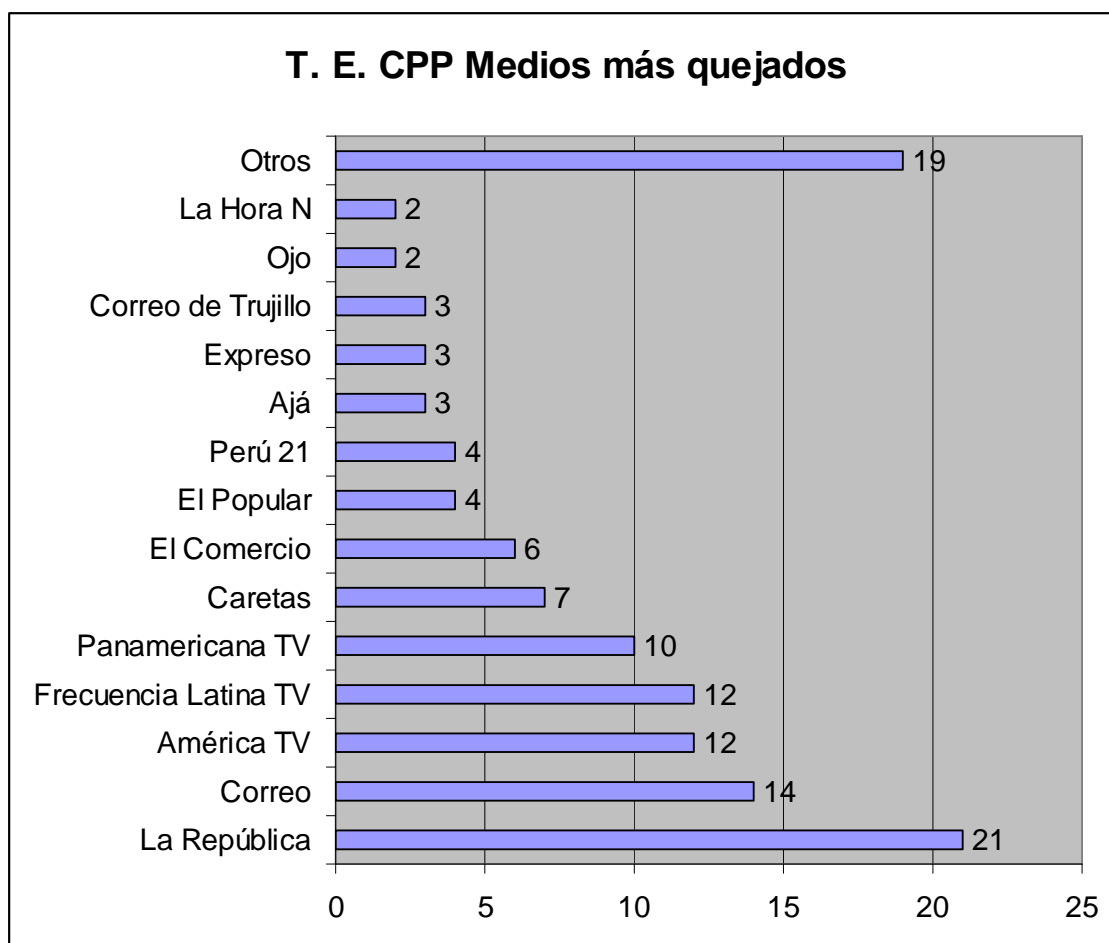
**Tabla N° 7: Medios más quejados. Tribunal de Ética del Consejo de la Prensa Peruana 1998-2008**

| T.E. CPP                 | 1998 | 1999 | 2000* | 2001* | 2002* | 2003 | 2004 | 2005 | 2006 | 2007 | 2008 | Total | %    |
|--------------------------|------|------|-------|-------|-------|------|------|------|------|------|------|-------|------|
| La República             | 0    | 0    | 0     | 0     | 0     | 0    | 10   | 10   | 1    | 0    | 0    | 21    | 17.2 |
| Correo                   | 0    | 0    | 0     | 0     | 0     | 2    | 5    | 2    | 2    | 2    | 1    | 14    | 11.5 |
| América TV               | 0    | 0    | 0     | 0     | 0     | 1    | 3    | 4    | 3    | 1    | 0    | 12    | 9.83 |
| Frecuencia Latina TV     | 0    | 0    | 0     | 0     | 0     | 7    | 5    | 0    | 0    | 0    | 0    | 12    | 9.83 |
| Panamericana TV          | 0    | 0    | 0     | 0     | 0     | 0    | 5    | 4    | 1    | 0    | 0    | 10    | 8.2  |
| Caretas                  | 0    | 0    | 0     | 0     | 0     | 1    | 4    | 2    | 0    | 0    | 0    | 7     | 5.73 |
| El Comercio              | 1    | 0    | 0     | 0     | 0     | 1    | 2    | 1    | 0    | 0    | 1    | 6     | 4.92 |
| El Popular               | 0    | 1    | 0     | 0     | 0     | 0    | 2    | 1    | 0    | 0    | 0    | 4     | 3.28 |
| Perú 21                  | 0    | 0    | 0     | 0     | 0     | 0    | 3    | 1    | 0    | 0    | 0    | 4     | 3.28 |
| Ajá                      | 0    | 0    | 0     | 0     | 0     | 0    | 0    | 2    | 0    | 0    | 1    | 3     | 2.46 |
| Expreso                  | 0    | 2    | 0     | 0     | 0     | 0    | 1    | 0    | 0    | 0    | 0    | 3     | 2.46 |
| Correo de Trujillo       | 0    | 0    | 0     | 0     | 0     | 0    | 0    | 0    | 3    | 0    | 0    | 3     | 2.46 |
| Ojo                      | 0    | 0    | 0     | 0     | 0     | 0    | 2    | 0    | 0    | 0    | 0    | 2     | 1.64 |
| La Hora N                | 0    | 0    | 0     | 0     | 0     | 2    | 0    | 0    | 0    | 0    | 0    | 2     | 1.64 |
| El Correo de Huancayo    | 0    | 0    | 0     | 0     | 0     | 0    | 0    | 1    | 0    | 0    | 0    | 1     | 0.82 |
| Líbero                   | 0    | 0    | 0     | 0     | 0     | 0    | 0    | 1    | 0    | 0    | 0    | 1     | 0.82 |
| Semanario Cero           | 0    | 0    | 0     | 0     | 0     | 0    | 0    | 1    | 0    | 0    | 0    | 1     | 0.82 |
| Revista Somos            | 0    | 0    | 0     | 0     | 0     | 0    | 1    | 0    | 0    | 0    | 0    | 1     | 0.82 |
| Radio 1160               | 0    | 0    | 0     | 0     | 0     | 0    | 1    | 0    | 0    | 0    | 0    | 1     | 0.82 |
| Liberación               | 0    | 0    | 0     | 0     | 0     | 0    | 1    | 0    | 0    | 0    | 0    | 1     | 0.82 |
| El Callao                | 0    | 0    | 0     | 0     | 0     | 0    | 1    | 0    | 0    | 0    | 0    | 1     | 0.82 |
| La Industria de Trujillo | 0    | 0    | 0     | 0     | 0     | 0    | 1    | 0    | 0    | 0    | 0    | 1     | 0.82 |
| La Razón                 | 0    | 0    | 0     | 0     | 0     | 0    | 1    | 0    | 0    | 0    | 0    | 1     | 0.82 |
| Revista Gente            | 0    | 0    | 0     | 0     | 0     | 0    | 1    | 0    | 0    | 0    | 0    | 1     | 0.82 |
| Correo de Piura          | 0    | 0    | 0     | 0     | 0     | 0    | 1    | 0    | 0    | 0    | 0    | 1     | 0.82 |
| Correo de Chiclayo       | 0    | 0    | 0     | 0     | 0     | 0    | 1    | 0    | 0    | 0    | 0    | 1     | 0.82 |
| El Vocero                | 0    | 0    | 0     | 0     | 0     | 0    | 1    | 0    | 0    | 0    | 0    | 1     | 0.82 |
| Trome                    | 0    | 0    | 0     | 0     | 0     | 0    | 0    | 0    | 0    | 1    | 0    | 1     | 0.82 |
| Radio Uno de Tacna       | 0    | 0    | 0     | 0     | 0     | 0    | 0    | 0    | 0    | 0    | 1    | 1     | 0.82 |
| El Chino                 | 1    | 0    | 0     | 0     | 0     | 0    | 0    | 0    | 0    | 0    | 0    | 1     | 0.82 |
| La Chuchi                | 1    | 0    | 0     | 0     | 0     | 0    | 0    | 0    | 0    | 0    | 0    | 1     | 0.82 |
| El Tío                   | 1    | 0    | 0     | 0     | 0     | 0    | 0    | 0    | 0    | 0    | 0    | 1     | 0.82 |
| Periodista               | 0    | 0    | 0     | 0     | 0     | 0    | 0    | 1    | 0    | 0    | 0    | 1     | 0.82 |
| Total                    | 4    | 3    | 0     | 0     | 0     | 14   | 52   | 31   | 10   | 4    | 4    | 122   | 100  |

\* No se emitieron resoluciones



Gráfico N° 7: Medios más quejados T.E. CPP. Resumen 1998-2008



Puede percibirse en la tabla y el gráfico precedentes una alta dispersión respecto de los medios más quejados ante el Tribunal de Ética. Las 122 quejas —la diferencia con las 115 resoluciones estudiadas se explica porque algunas de ellas se refieren a más de un medio— están referidas a un total de 32 medios de comunicación y a un periodista, considerado individualmente. Muchas de las quejas contra los medios lo son también contra periodistas concretos, individualizados, pero el Tribunal de Ética emplaza al medio para el cual labora, para que absuelva los cargos formulados.

Un dato inesperado, respecto de los medios más quejados, es que entre ellos no figuren los que el consenso ciudadano considera como los más sensacionalistas, “amarillos” o “chicha”, como suele denominárseles en el Perú, sino algunos de los reconocidos como serios. Uno de ellos, de orientación centro izquierdista, es el diario

*La República*, que encabeza la tabla, con más del 17 por ciento de las denuncias. Si se adicionaran las quejas contra *El Popular* y *Líbero*, del mismo grupo empresarial, entonces éste superaría el 20 por ciento del total de quejas ante el Tribunal de Ética. Esta deshonrosa posición parece guardar relación con la inexistencia de mecanismos internos de autocontrol en ese grupo. La República se limita, en lo que a ética se refiere, a su sujeción a las determinaciones del Tribunal de Ética del Consejo de la Prensa Peruana. Según entrevista sostenida con la redactora Inés Flores, el periódico se ciñe en materia ética a la declaración de Chapultepec, promovida en 1994 por la Sociedad Interamericana de Prensa, de la que el diario es miembro. Sin embargo, esa declaración es un magnífico alegato a favor de las libertades de expresión e información, pero carece de enunciados que sirvan de contrapeso ético en el ejercicio de esas mismas libertades.

El segundo lugar, ocupado por el diario *Correo*, identificado con la derecha liberal, podría tener un porcentaje superior al 11.5 por ciento consignado, si se le sumara también otras quejas contra diarios del mismo grupo: *Correo de Trujillo*, *Correo de Huancayo*, *Correo de Piura* y *Correo de Chiclayo*. Este grupo no tiene tampoco mecanismos internos de autocontrol. Tan sólo acepta las resoluciones del Tribunal de Ética del Consejo de la Prensa.

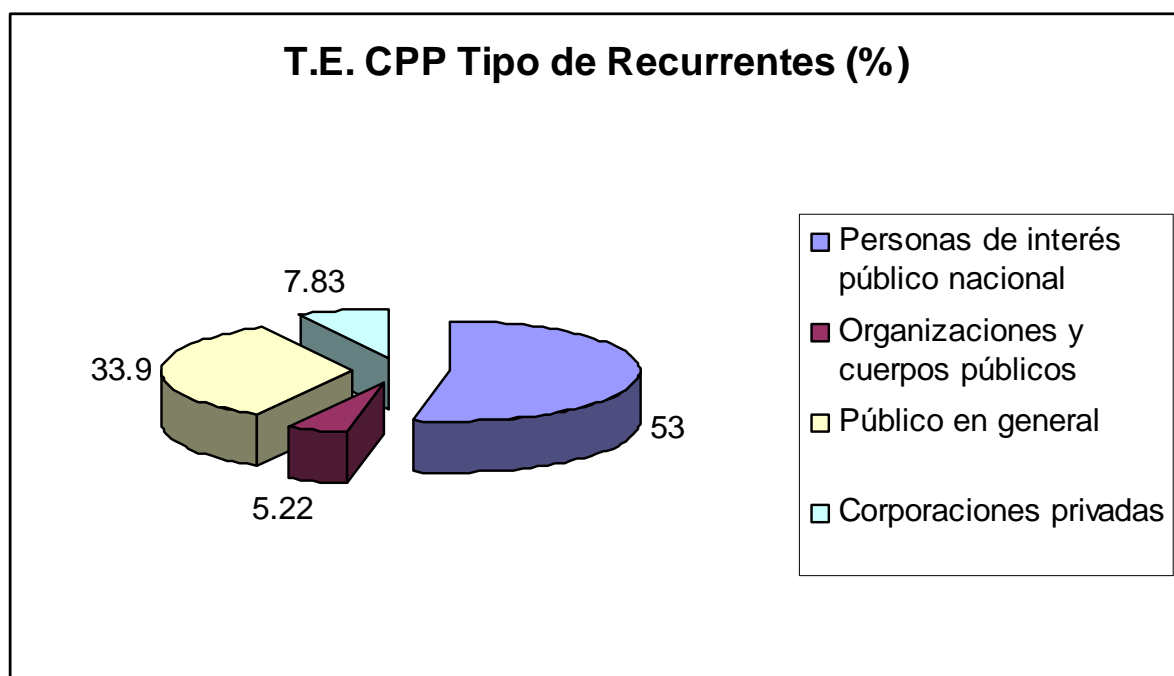
Las emisoras de televisión más importantes del país ocupan del tercero al quinto lugar en la tabla. En cambio, una ausencia notoria es la de las radios. A lo largo de más de una década, sólo se han emitido resoluciones sobre *Radio 1160* de Lima y *Radio Uno* de Tacna. Las principales radios informativas del país, como Radio Programas del Perú y Cadena Peruana de Noticias no registran queja alguna durante el período estudiado. Ello coincide con el alto nivel de confianza del que goza la radio entre sus oyentes, evidenciado en numerosos estudios sobre la materia.

**Tabla N° 8: Tipo de recurrentes. T.E. CPP 1998-2008**

| T.E. CPP                             | 1998 | 1999 | 2000* | 2001* | 2002* | 2003 | 2004 | 2005 | 2006 | 2007 | 2008 | Total | %   |
|--------------------------------------|------|------|-------|-------|-------|------|------|------|------|------|------|-------|-----|
| Personas de interés público nacional | 2    | 2    | 0     | 0     | 0     | 10   | 22   | 18   | 5    | 1    | 1    | 61    | 53  |
| Organizaciones y cuerpos públicos    | 0    | 0    | 0     | 0     | 0     | 2    | 1    | 2    | 1    | 0    | 0    | 6     | 5.2 |
| Público en general                   | 0    | 1    | 0     | 0     | 0     | 2    | 24   | 6    | 2    | 1    | 3    | 39    | 34  |
| Corporaciones privadas               | 0    | 0    | 0     | 0     | 0     | 0    | 3    | 4    | 1    | 0    | 1    | 9     | 7.8 |
| Total                                | 2    | 3    | 0     | 0     | 0     | 14   | 50   | 30   | 9    | 2    | 5    | 115   | 100 |

\* No se emitieron resoluciones

**Gráfico N° 8: Tipo de recurrentes. T.E. CPP. Resumen 1998-2008**



Sobre el tipo de recurrentes la información obtenida ofrece también algunos hallazgos interesantes. La abrumadora mayoría de quienes acuden al Tribunal de Ética

del Consejo de la Prensa Peruana son personas de interés público nacional, entre las que destacan políticos, jueces e, incluso, militares de alta graduación. En ocasiones son también instituciones del Estado las que han presentado quejas, pero puede deducirse que son los políticos a cargo de ellas quienes prefieren accionar a título institucional y no personal. Las quejas presentadas por el público en general bordean el tercio del total y las promovidas por corporaciones privadas casi el 8 por ciento.

En el 2004 y en el 2008 los porcentajes de quejas presentadas por el público en general superó a las formuladas por las personas de interés público nacional. En el primero de esos años, como ha sido visto en la tabla correspondiente, las resoluciones favorecieron ampliamente a los medios. De allí habría podido deducirse que a mayor número de quejas del público menos fallos a favor del recurrente. Sin embargo, en el 2008 también las quejas del público fueron más que las de los personajes de interés nacional y, en ese último año, todas las resoluciones fueron favorables a los recurrentes. No puede por tanto establecerse una correlación entre esos indicadores.

#### VI.3.2.1.3. Actuación del Tribunal de Ética del Consejo de la Prensa Peruana respecto de la Comisión de Quejas y Deontología de la FAPE (España) y de la *Press Complaints Commission* (Reino Unido)

Nos resulta sugerente el ejercicio de comparación de las características más relevantes de las resoluciones del Consejo de la Prensa Peruana, frente a las emitidas por la Comisión de Quejas y Deontología de la FAPE y la *Press Complaints Commission*, del Reino Unido.

La FAPE, como referimos en el capítulo IV de esta tesis, está integrada desde septiembre de 2005 a la alianza de Consejos de Prensa Europeos Independientes y, pese a su todavía breve ejecutoria, puede ser una experiencia útil para propuestas semejantes en América Latina. La *Press Complaints Commission*, a su vez, es un referente universal en la materia. También nos hemos ocupado de esta entidad en el capítulo IV. Bástenos aquí recordar que esta Comisión es la sucesora del célebre *British Press Council*, por décadas el modelo por excelencia de los mecanismos de autocontrol de la prensa.

Presentaremos en primer término los datos sobre las resoluciones de la FAPE y luego los de la *Press Complaints Commission*, considerando los mismos criterios de evaluación que hemos seguidos para el análisis de las resoluciones del Tribunal de Ética del Consejo de la Prensa Peruana. Luego mostraremos gráficos comparativos que nos permitan extraer conclusiones sobre la actuación del Tribunal de Ética del Consejo de la Prensa Peruana, frente a los dos referentes internacionales señalados.

VI.3.2.1.3.1. Análisis de las resoluciones de la Comisión de Quejas de la FAPE <sup>732</sup>.

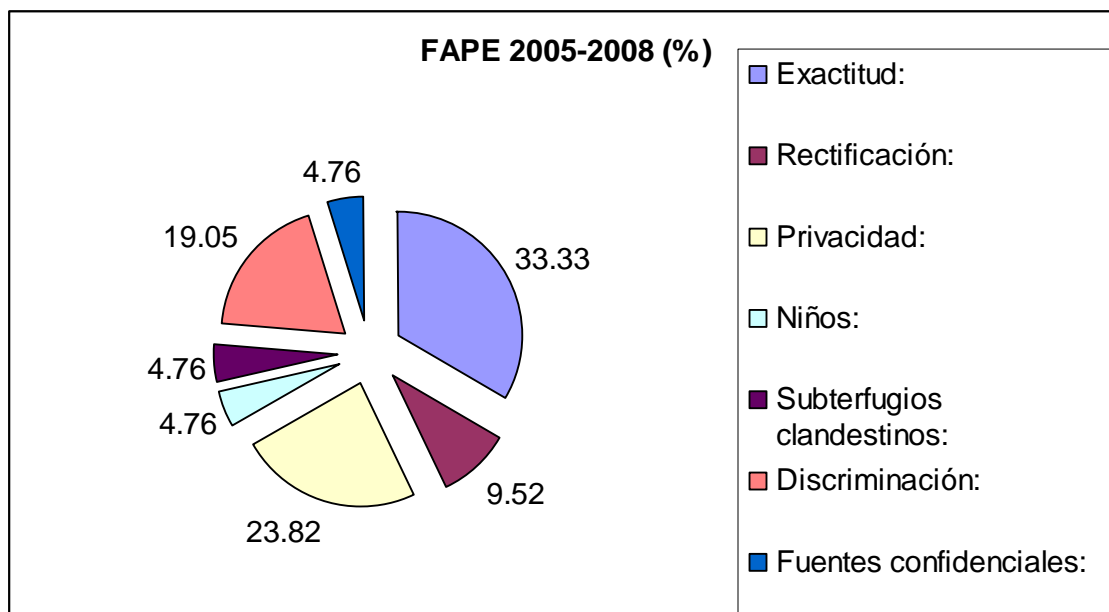
**Tabla N° 9: FAPE. Principios éticos afectados con mayor frecuencia (por años).**  
**En función de las categorías de la PCC**

| FAPE                         | 2005 | 2006 | 2007 | 2008* | Total casos | 2005-08 % |
|------------------------------|------|------|------|-------|-------------|-----------|
| Exactitud:                   | 0    | 4    | 1    | 2     | 7           | 33.33     |
| Rectificación:               | 0    | 0    | 1    | 1     | 2           | 9.52      |
| Privacidad:                  | 3    | 0    | 2    | 0     | 5           | 23.82     |
| Acoso:                       | 0    | 0    | 0    | 0     | 0           | 0         |
| Intrusión casos de dolor:    | 0    | 0    | 0    | 0     | 0           | 0         |
| Niños:                       | 0    | 0    | 1    | 0     | 1           | 4.76      |
| Niños en casos de sexo:      | 0    | 0    | 0    | 0     | 0           | 0         |
| Intromisión en Hospitales:   | 0    | 0    | 0    | 0     | 0           | 0         |
| Parientes inocentes:         | 0    | 0    | 0    | 0     | 0           | 0         |
| Subterfugios clandestinos:   | 0    | 0    | 1    | 0     | 1           | 4.76      |
| Víctimas de agresión sexual: | 0    | 0    | 0    | 0     | 0           | 0         |
| Discriminación:              | 0    | 0    | 4    | 0     | 4           | 19.05     |
| Periodismo financiero:       | 0    | 0    | 0    | 0     | 0           | 0         |
| Fuentes confidenciales:      | 0    | 0    | 0    | 1     | 1           | 4.76      |
| Pagos a testigos:            | 0    | 0    | 0    | 0     | 0           | 0         |

\* Las resoluciones están contabilizadas hasta la sesión de la Comisión realizada el 6 de marzo de 2008.

<sup>732</sup>.- Fuente: FAPE: *Memoria de la Comisión de Quejas y Deontología de la Federación de Asociaciones de Periodistas de España 2004-2007*. Madrid, 2008. El análisis, sistematización y presentación de los datos es elaboración propia.

**Gráfico N° 9: FAPE. Principios éticos afectados con mayor frecuencia. Resumen 2005-2008**



Las 21 resoluciones de la Comisión de Quejas de la FAPE analizadas son todavía escasas, si se compara su número con las de la *Press Complaints Commission* e, incluso, con las del Tribunal de Ética del Consejo de la Prensa Peruana. El período comprendido es también breve: desde 2005 hasta los primeros meses de 2008. Los datos obtenidos no pueden, por ello, sino marcar tendencias iniciales. No obstante, esta información resulta valiosa para comprender la utilidad de la Comisión de Quejas en este período y para vislumbrar, al comparar con otras experiencias, sus posibilidades de actuación.

El primer dato relevante que resulta de la observación de las resoluciones es la prominencia de algunas materias. El reclamo de veracidad y exactitud en las informaciones ocupa un tercio de las quejas planteadas ante la FAPE, seguido de lejos por la privacidad con casi el 24 por ciento y de la discriminación, cercana al 20 por ciento. Las demandas de rectificación son el 9.52% de los casos, mientras las denuncias sobre el tratamiento informativo de asuntos que involucran a menores, así como el uso de subterfugios clandestinos y el tratamiento indebido de las fuentes confidenciales, apenas se acercan al cinco por ciento en cada caso. Los demás principios considerados no fueron objeto de denuncia durante el período.

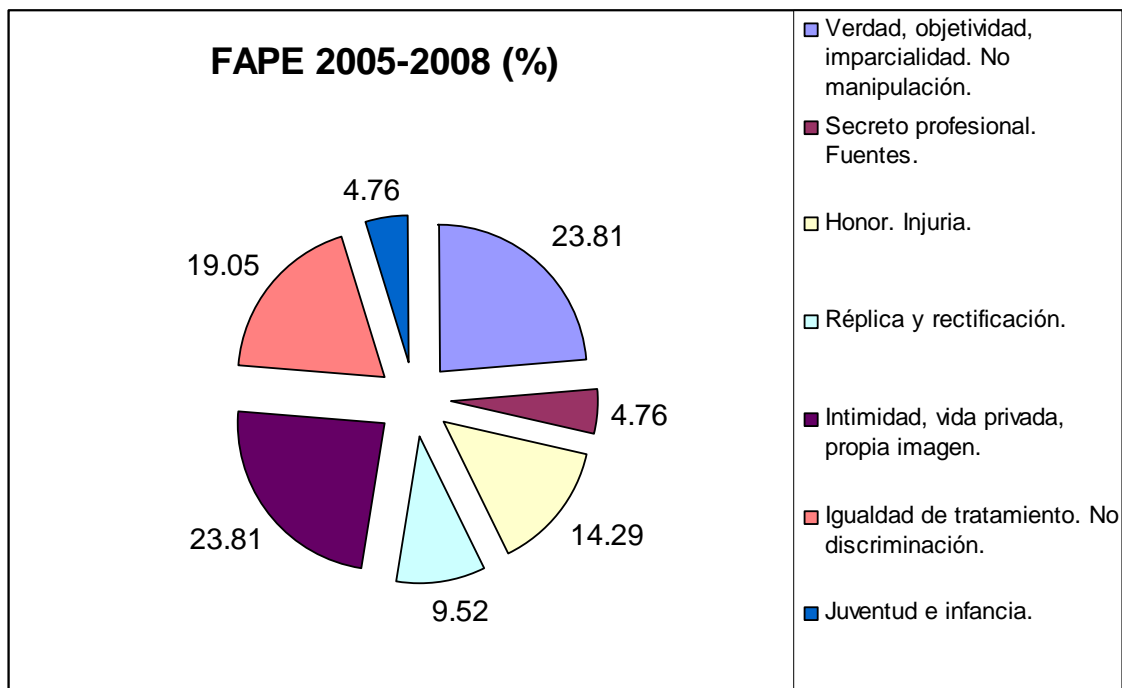
No es extraño que la veracidad de la información sea el primer objeto de queja. Esta tendencia se mantiene cuando se observa en base a un baremo más amplio, como el que usa Porfirio Barroso. Allí, sin embargo, algunas quejas encajan con mayor propiedad en otros rubros, como el honor. En cualquier caso, la demanda de veracidad a los medios es muy arraigada y es connatural con el quehacer periodístico. Sorprende un tanto que otros principios no hayan sido objeto de queja en casi cuatro años. El acoso, por ejemplo, que denuncian con frecuencia personajes de la vida pública, especialmente del espectáculo, no ha sido durante el período observado objeto de proceso ante la Comisión de Quejas de la FAPE. Una hipótesis al respecto podría ser que a los artistas y famosos no les afecta tanto, como a veces proclaman, la presión informativa sobre ellos, sino que consienten en ello como mecanismo para la propia proyección de su imagen pública. No ha ocurrido tampoco, como podría esperarse, una avalancha de denuncias sobre actuaciones de la prensa en perjuicio de la intimidad o el honor, materias que han recibido amplia atención por la doctrina.

De un análisis más cualitativo de las resoluciones es posible, también, reconocer el rigor doctrinario en que se fundamentan. Los argumentos pueden, seguramente, ser discutidos, pero en ningún caso es posible desconocer su coherencia y profundidad.

**Tabla N° 10: FAPE. Principios éticos afectados con mayor frecuencia (por años).  
En función de las categorías aplicadas por el doctor Porfirio Barroso**

| <b>FAPE</b>  | 2005     | 2006     | 2007      | 2008     | Total<br>Casos<br>2005-<br>2008 | %          |
|--|----------|----------|-----------|----------|---------------------------------|------------|
| Verdad, objetividad, exactitud en la información. Precisión. Manipulación.<br>Rumores, opiniones. Imparcialidad. | 0        | 2        | 1         | 2        | 5                               | 23.81      |
| El secreto profesional del periodista. Proteger sus fuentes de información.                                      | 0        | 0        | 0         | 1        | 1                               | 4.76       |
| No a la calumnia, difamación, acusación. Honor. Honra. Injurias.   | 0        | 2        | 1         | 0        | 3                               | 14.29      |
| Corrección de errores y derecho de réplica y rectificación.  | 0        | 0        | 1         | 1        | 2                               | 9.52       |
| Respeto a la intimidad y vida privada, y a la propia imagen de las personas.<br>Dolor, hospitales.               | 3        | 0        | 2         | 0        | 5                               | 23.81      |
| Igualdad de tratamiento. No discriminación.  | 0        | 0        | 4         | 0        | 4                               | 19.05      |
| Ni nombres, ni fotografías de jóvenes delincuentes en periódicos. Protección<br>a la juventud y a la infancia.   | 0        | 0        | 1         | 0        | 1                               | 4.76       |
| <b>Total</b>   | <b>3</b> | <b>4</b> | <b>10</b> | <b>4</b> | <b>21</b>                       | <b>100</b> |

**Gráfico N° 10: FAPE. Principios éticos afectados con mayor frecuencia. Resumen 2005-2008**



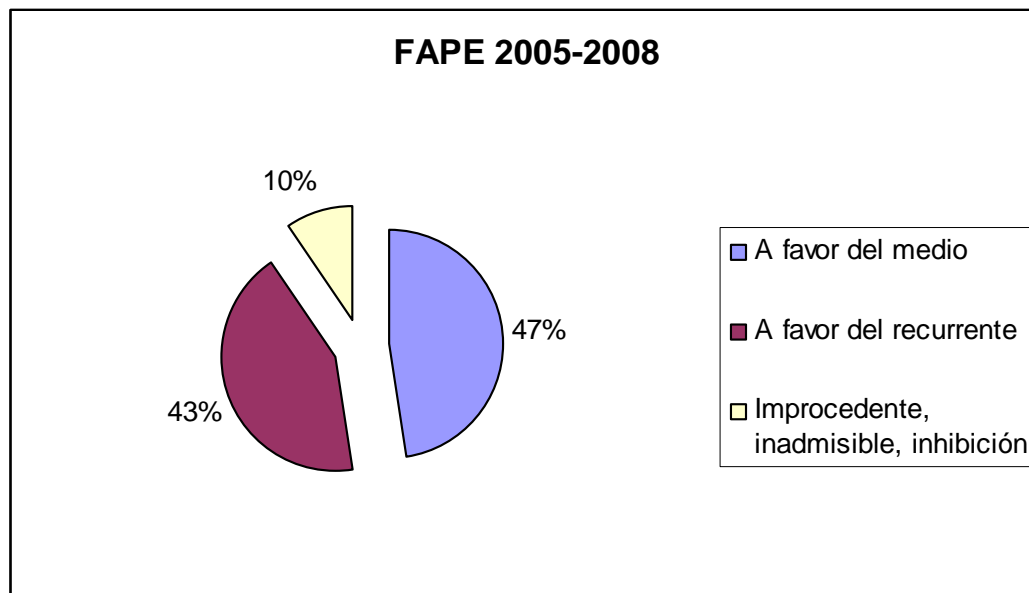
Cuando sometemos las mismas 21 resoluciones de la FAPE a las categorías usadas por Barroso, entonces se produce una mayor dispersión, explicable por la más amplia diversidad de opciones para clasificar las materias comprometidas en cada resolución. La verdad y la exactitud, aún cuando mantienen la primacía, la comparten ahora con las quejas sobre privacidad y respeto por la propia imagen. A estas le siguen otras sobre discriminación, tras las cuales se ubican las relativas al honor —no consideradas en la clasificación precedente— y las solicitudes de rectificación. Cierran la serie las quejas sobre secreto profesional y protección de la infancia. Aunque la clasificación de Barroso comprende más de cuarenta categorías, frente a las dieciséis de la PCC, es la consideración del honor la que hace una diferencia sustancial, pues varios de los casos en los que se reclama sobre la veracidad de una información son más adecuadamente descritos bajo el principio del respeto del honor. La omisión en la Comisión Británica no es casual. Los casos de agravio del honor, en el Reino Unido, deben ventilarse exclusivamente por la vía judicial.



**Tabla N° 11: FAPE. Sentido de las Resoluciones 2005-2008**

| <b>FAPE</b>                           | <b>2005</b> | <b>2006</b> | <b>2007</b> | <b>2008</b> | <b>Total casos<br/>2005-08</b> | <b>%</b> |
|---------------------------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|--------------------------------|----------|
| A favor del medio                     | 1           | 1           | 7           | 1           | 10                             | 47.62    |
| A favor del recurrente                | 0           | 3           | 3           | 3           | 9                              | 42.86    |
| Parcialmente a favor del recurrente   | 0           | 0           | 0           | 0           | 0                              | 0        |
| Improcedente, inadmisible, inhibición | 2           | 0           | 0           | 0           | 2                              | 9.52     |
| Total                                 | 3           | 4           | 10          | 4           | 21                             | 100      |

**Gráfico N° 11: FAPE. Sentido de las Resoluciones. Resumen 2005-2008**



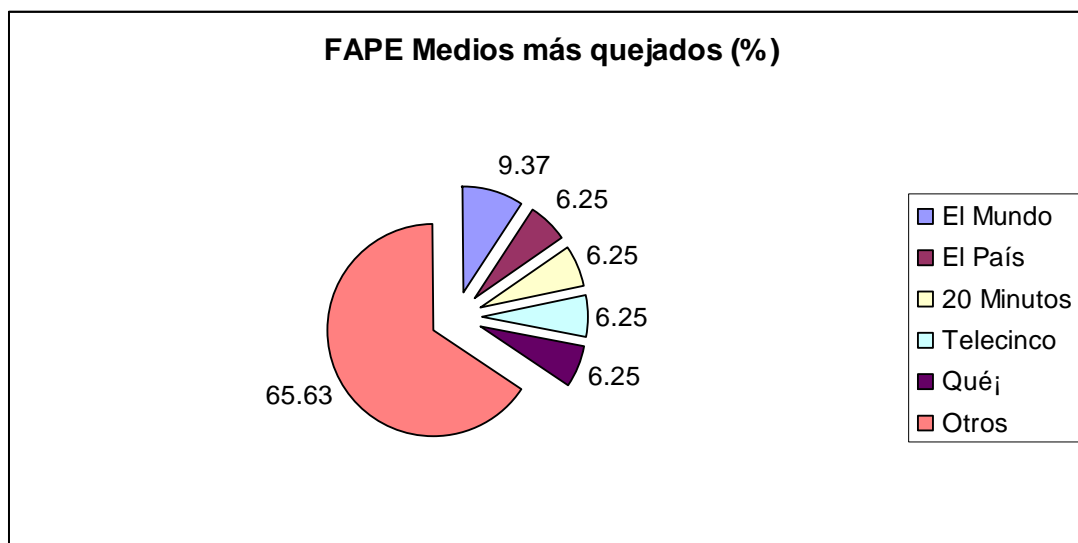
Las resoluciones de la Comisión de Quejas de la FAPE han tendido, durante el período estudiado, a conceder la razón a los medios más que a los recurrentes. Ello, por cierto, puede obedecer a causas muy diversas y en ningún caso puede sugerir favoritismo alguno, más aún cuando el número de resoluciones es todavía escaso y las diferencias porcentuales entre unas y otras no son relevantes. Además, un porcentaje cercano al diez por ciento han sido desestimadas por falta de requisitos de procedibilidad o admisibilidad. Si el análisis se hace por años puede comprobarse,

incluso, que en el 2006 y el 2008 tres de cada cuatro resoluciones fueron a favor de los recurrentes.

**Tabla N° 12: FAPE. Medios más quejados 2005-2008**

| FAPE                     | 2005 | 2006 | 2007 | 2008 | Total | %    |
|--------------------------|------|------|------|------|-------|------|
| El Mundo                 | 2    | 1    |      |      | 3     | 9.37 |
| El País                  | 1    |      |      | 1    | 2     | 6.25 |
| 20 Minutos               |      | 1    | 1    |      | 2     | 6.25 |
| Telecinco                |      | 1    | 1    |      | 2     | 6.25 |
| Qué!                     |      |      | 2    |      | 2     | 6.25 |
| Cadena Ser               | 1    |      |      |      | 1     | 3.12 |
| Depor Sport La Coruña    |      | 1    |      |      | 1     | 3.12 |
| fuerteventuradigital.com |      | 1    |      |      | 1     | 3.12 |
| hispanidad.com           |      | 1    |      |      | 1     | 3.12 |
| Kaosenlared.com          |      | 1    |      |      | 1     | 3.12 |
| larazon.es               |      | 1    |      |      | 1     | 3.12 |
| 20minutos.es             |      | 1    |      |      | 1     | 3.12 |
| elmundo.es               |      | 1    |      |      | 1     | 3.12 |
| terra.es                 |      | 1    |      |      | 1     | 3.12 |
| <u>surdigit@l</u>        |      | 1    |      |      | 1     | 3.12 |
| Metro Madrid             |      | 1    |      |      | 1     | 3.12 |
| Antena 3 TV              |      | 1    |      |      | 1     | 3.12 |
| La Voz de Almería        |      |      | 1    |      | 1     | 3.12 |
| Antena 3 TV              |      |      | 1    |      | 1     | 3.12 |
| No precisado             |      |      | 1    |      | 1     | 3.12 |
| Boletín Tricantino       |      |      | 1    |      | 1     | 3.12 |
| Escaparate de Sevilla    |      |      | 1    |      | 1     | 3.12 |
| COPE                     |      |      | 1    |      | 1     | 3.12 |
| extraconfidencial.com    |      |      |      | 1    | 1     | 3.12 |
| La Voz del Tajo          |      |      |      | 1    | 1     | 3.12 |
| TeleMadrid               |      |      |      | 1    | 1     | 3.12 |
| Total                    | 4    | 14   | 10   | 4    | 32    | 100  |

**Gráfico N° 12: FAPE. Medios más quejados. Resumen 2005-2008**

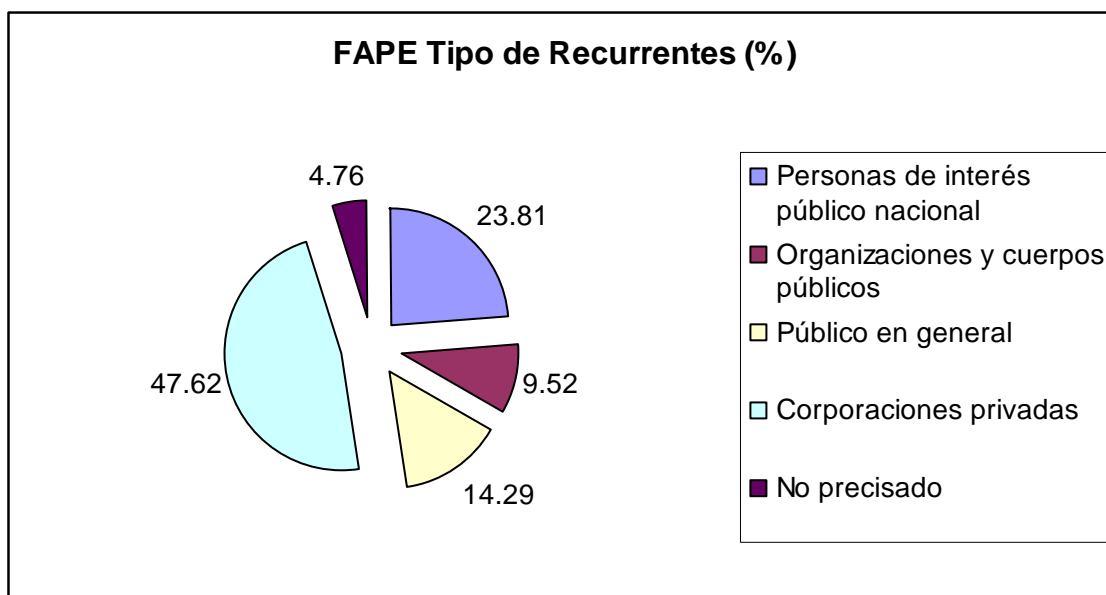


Entre los medios más quejados puede observarse que destaca en primer lugar *El Mundo*. En el segundo lugar igualan posiciones *El País*, *20 Minutos*, *Telecinco* y *Quéj*, a estos le siguen otros quince periódicos, revistas, canales de televisión y medios electrónicos. Si bien no es posible confirmar una tendencia sobre los medios más proclives a la violación de los principios éticos, pues el universo de resoluciones es todavía escaso, sí parece que los medios escritos de dimensión nacional son los más expuestos a las denuncias. Ello parece corresponderse con sus altos niveles de lectoría y audiencia. Pero es un hecho a destacar, también, la presencia entre los denunciados de nueve medios electrónicos, que representan un tercio de total. Ello va en consonancia con la creciente influencia de este tipo de recurso informativo.

**Tabla N° 13: FAPE. Tipo de recurrentes 2005-2008**

| FAPE                                 | 2005 | 2006 | 2007 | 2008 | Total | %     |
|--------------------------------------|------|------|------|------|-------|-------|
| Personas de interés público nacional | 2    |      | 3    |      | 5     | 23.81 |
| Organizaciones y cuerpos públicos    | 1    |      | 1    |      | 2     | 9.52  |
| Público en general                   |      |      | 3    |      | 3     | 14.29 |
| Corporaciones privadas               |      | 4    | 2    | 4    | 10    | 47.62 |
| No precisado                         |      |      | 1    |      | 1     | 4.76  |
| Total                                | 3    | 4    | 10   | 4    | 21    | 100   |

**Gráfico N° 13: FAPE. Tipo de recurrentes. Resumen 2005-2008**



Entre los recurrentes ante la Comisión de Quejas de la FAPE, como puede verse, predominan las corporaciones privadas, sean empresas u organizaciones representativas de intereses empresariales o gremiales. El segundo grupo más numeroso es el de las personas de interés público nacional, entendiendo por ellas a funcionarios del estado cuya actuación es susceptible de interés por parte del público. También consideramos personas de interés público nacional, para efectos de esta clasificación, a líderes de opinión de gran influencia social. En menor grado han presentado quejas, también, entidades de la administración pública. La todavía limitada presencia de quejas del público en general, es decir de personas sin mayor notoriedad, parece evidenciar que la Comisión de Quejas, durante el período estudiado, aún no había alcanzado un nivel significativo en el interés ciudadano.

VI.3.2.1.3.2. Análisis de las resoluciones de la *Press Complaints Commission*<sup>733</sup>.

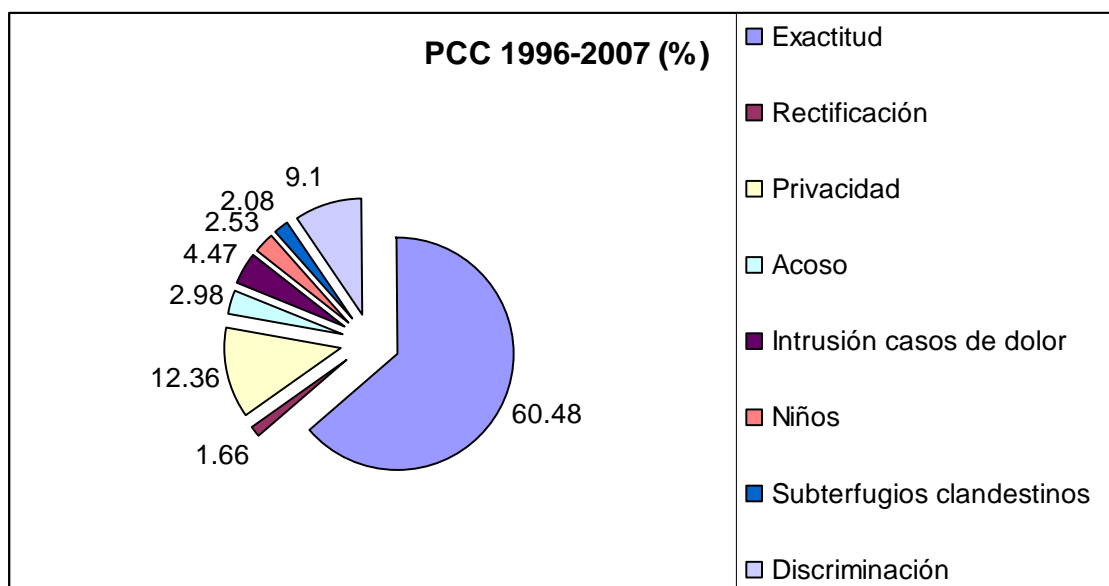
**Tabla N° 14: PCC. Principios éticos afectados con mayor frecuencia (por años).**  
**En función de las categorías de la PCC**

| PCC %                          | 1996 | 1997 | 1998 | 1999 | 2000 | 2001 | 2002 | 2003 | 2004 | 2005 | 2006 | 2007 | 1996-2007 |
|--------------------------------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|-----------|
| Exactitud                      | 54.5 | 52.9 | 62.7 | 60.8 | 57.8 | 57   | 55.2 | 53.3 | 56.2 | 67.4 | 72.6 | 75.4 | 60.48     |
| Rectificación                  | 3.6  | 3.6  | 0*   | 0*   | 0    | 1.1  | 1.1  | 2.4  | 3.5  | 2.3  | 0.9  | 1.4  | 1.66      |
| Privacidad                     | 14.9 | 13   | 13.8 | 14.7 | 14.1 | 12   | 10.5 | 11.4 | 11.4 | 12.5 | 10.8 | 9.2  | 12.36     |
| Acoso                          | 2.3  | 3    | 3.3  | 3.4  | 3.1  | 3.6  | 2.8  | 2.9  | 2.6  | 2.9  | 4.3  | 1.6  | 2.98      |
| Intrusión casos de dolor       | 1.3  | 2    | 3.3  | 5.6  | 4.5  | 4.1  | 6    | 5.7  | 4.6  | 5.2  | 4.7  | 6.6  | 4.47      |
| Niños                          | 1    | 1    | 2.6  | 3.5  | 4.6  | 2.6  | 2.2  | 2.8  | 2.8  | 3.4  | 2.1  | 1.8  | 2.53      |
| Niños en casos de sexo         | 0.8  | 0.3  | 0*   | 0*   | 0*   | 0*   | 0*   | 0.1  | 0.4  | 0.1  | 0    | 0    | 0.14      |
| Intromisión en Hospitales      | 0.1  | 0.3  | 0.3  | 0.3  | 0.3  | 0.3  | 0.3  | 0.6  | 0.2  | 0    | 0.6  | 0.1  | 0.28      |
| Parientes inocentes            | 0.3  | 0.6  | 0.9  | 0.7  | 0*   | 1.2  | 1.4  | 1.6  | 2.2  | 1.3  | 0    | 0.9  | 0.92      |
| Subterfugios clandestinos      | 3.2  | 2.5  | 2.9  | 2.3  | 2.9  | 3.5  | 1.8  | 1.5  | 2.5  | 0.9  | 0.5  | 0.5  | 2.08      |
| Víctimas de agresión sexual    | 0.2  | 0.3  | 0.3  | 0.3  | 0.2  | 0.3  | 0.3  | 0.3  | 0.1  | 0    | 0.1  | 0.1  | 0.21      |
| Discriminación                 | 6.8  | 6.2  | 9.9  | 6.9  | 10.6 | 13.5 | 17.9 | 17.2 | 13   | 2.7  | 2.6  | 1.9  | 9.1       |
| Periodismo financiero          | 0.1  | 0.2  | 0    | 0    | 0.3  | 0    | 0.1  | 0    | 0.2  | 0.4  | 0.1  | 0    | 0.17      |
| Fuentes confidenciales         | 0.2  | 0.1  | 0    | 0.4  | 0.1  | 0.1  | 0.1  | 0.1  | 0.4  | 0.4  | 0.5  | 0.4  | 0.23      |
| Pagos a testigos               | 0*   | 0*   | 0*   | 0*   | 0*   | 0*   | 0*   | 0.1  | 0.2  | 0    | 0.1  | 0    | 0.03      |
| Pagos por historias criminales | 0.2  | 0.2  | 0.4  | 0.4  | 0.4  | 0.7  | 0.3  | 0.3  | 0.4  | 0.5  | 0.1  | 0.1  | 0.33      |

\* La PCC no registra datos sobre esos puntos en los años correspondientes.

<sup>733</sup>.- Fuente: Informes anuales de la PCC disponibles, desde 1996 hasta 2007. Elaboración propia. Los datos han sido extraídos de los citados informes. No en todos ellos se usó la misma nomenclatura. Por ello hemos debido unificar los criterios de análisis, siguiendo cada una de las cláusulas del Código Ético de la *Press Complaints Commission*.

**Gráfico N° 14: PCC. Principios éticos afectados con mayor frecuencia. Resumen 2005-2008**

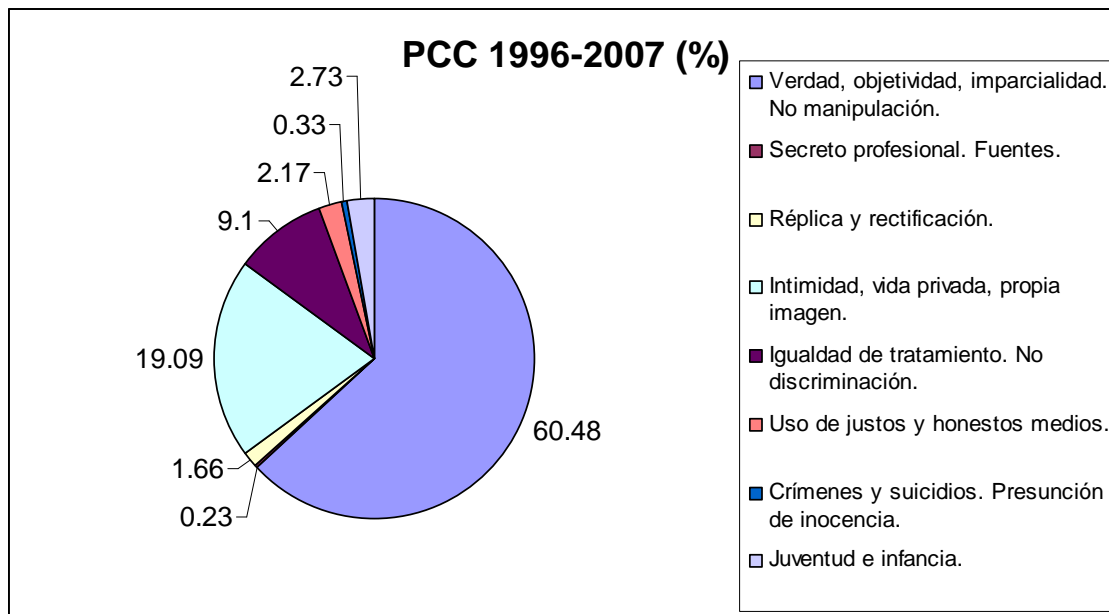


Las cifras de la *Press Complaints Commission* muestran una alta concentración de las quejas en un solo rubro: exactitud, con más del 60 por ciento de éstas. Si bien este rubro lideraba también las quejas presentadas ante la FAPE, los porcentajes son sustancialmente diferentes. La privacidad ocupa el segundo lugar en las quejas, representando un 12 por ciento de ellas. Le sigue la discriminación con poco más del 9 por ciento. Las demás categorías tienen menor relevancia estadística. Puede observarse en la tabla una tendencia en el tiempo a concentrar las denuncias en temas de exactitud, al mismo tiempo que descienden las de privacidad. Las de discriminación, tras alcanzar altos niveles entre el 2000 y el 2004, han decrecido sustancialmente en los últimos años. La intrusión en casos de dolor, aunque no es de los rubros más quejados, mantiene un crecimiento constante a lo largo de los años. Esta evolución podría sugerir una cierta eficacia de las decisiones de la PCC, que podrían estar ejerciendo una influencia benéfica en los medios, menos proclives en los últimos años a vulnerar los principios sobre privacidad y discriminación.

**Tabla N° 15: PCC. Principios éticos afectados con mayor frecuencia (por años). En función de las categorías aplicadas por el doctor Porfirio Barroso**

|  | 1996 | 1997 | 1998 | 1999 | 2000 | 2001 | 2002 | 2003 | 2004 | 2005 | 2006 | 2007 | 1996-2007 |
|--|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|-----------|
| Verdad, objetividad, exactitud en la información. Precisión. Manipulación.<br>Rumores, opiniones. Imparcialidad. | 54.5 | 52.9 | 62.7 | 60.8 | 57.8 | 57   | 55.2 | 53.3 | 56.2 | 67.4 | 72.6 | 75.4 | 60.48     |
| El secreto profesional del periodista. Proteger sus fuentes de información.                                      | 0.2  | 0.1  | 0    | 0.4  | 0.1  | 0.1  | 0.1  | 0.1  | 0.4  | 0.4  | 0.4  | 0.5  | 0.23      |
| Corrección de errores y derecho de réplica y rectificación.  | 3.6  | 3.6  | 0*   | 0*   | 0    | 1.1  | 1.1  | 2.4  | 3.5  | 2.3  | 0.9  | 1.4  | 1.66      |
| Respeto a la intimidad y vida privada, y a la propia imagen de las personas. Dolor, hospitales.                  | 19.3 | 19.5 | 22.2 | 25.3 | 22.4 | 21.8 | 21.6 | 22.8 | 21.2 | 21.9 | 6.4  | 4.7  | 19.09     |
| Igualdad de tratamiento. No discriminación.  | 6.8  | 6.2  | 9.9  | 6.9  | 10.6 | 13.5 | 17.9 | 17.2 | 13   | 2.7  | 2.6  | 1.9  | 9.1       |
| El periodista debe utilizar solamente justos y honestos medios.  | 3.2  | 2.5  | 2.9  | 2.3  | 2.9  | 3.5  | 1.8  | 1.7  | 2.6  | 0.9  | 0.6  | 0.5  | 2.17      |
| Deontología sobre informes de crímenes y suicidios. Se debe tener en cuenta la presunción de inocencia.          | 0.2  | 0.2  | 0.4  | 0.4  | 0.4  | 0.7  | 0.3  | 0.3  | 0.4  | 0.5  | 0.1  | 0.1  | 0.33      |
| Ni nombres, ni fotografías de jóvenes delincuentes en periódicos.<br>Protección a la juventud y a la infancia.   | 2.6  | 1.6  | 2.6  | 3.5  | 4.6  | 2.6  | 2.2  | 3    | 3.6  | 3.6  | 1    | 1.9  | 2.73      |

**Gráfico N° 15: PCC. Principios éticos afectados con mayor frecuencia. Resumen 1996-2007**



Al analizar las resoluciones de la PCC con los criterios del profesor Barroso no se observa diferencias sustanciales en los porcentajes, respecto de la evaluación precedente. Si bien los principios contenidos en esta metodología son mucho más vastos, también parece cierto que en su mayoría tienen una frecuencia de aparición muy escasa, cuando se trata de denuncias concretas en contra de los periodistas y los medios de comunicación. A diferencia de las denuncias ante la FAPE, en las que se encuentran casos relativos al honor de los sujetos noticiables, en las resoluciones de la PCC no se percibe ese contenido pues, como ha sido dicho, ese tipo de conflictos suelen tener la vía judicial como exclusiva.



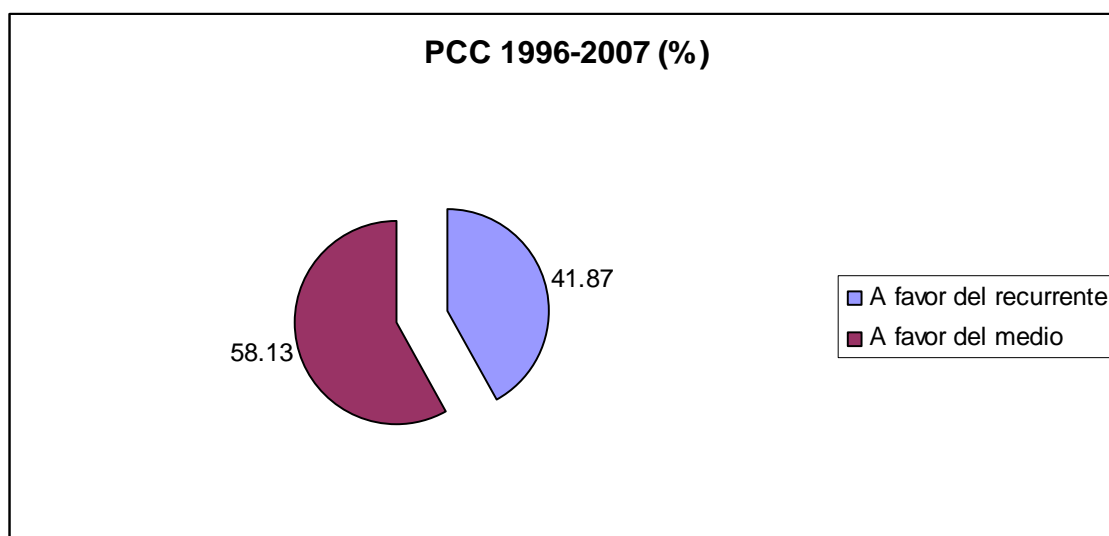
**Tabla N° 16: PCC. Sentido de las Resoluciones 1996-2007**

| PCC                    | 1996 | 1997 | 1998 | 1999 | 2000 | 2001 | 2002 | 2003 | 2004 | 2005* | 2006** | 2007 | 96-07 |
|------------------------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|-------|--------|------|-------|
| A favor del recurrente | 8    | 23   | 36   | 26   | 30   | 19   | 16   | 11   | 8    | 5     | 13     | 16   | 211   |
| A favor del medio      | 12   | 49   | 41   | 20   | 46   | 21   | 18   | 12   | 28   | 17    | 13     | 16   | 293   |
| Total                  | 20   | 72   | 77   | 46   | 76   | 40   | 34   | 23   | 36   | 22    | 26     | 32   | 504   |

\* Enero a Septiembre

\*\* Octubre 2005 a Septiembre 2006

**Gráfico N° 16: PCC. Sentido de las Resoluciones. Resumen 1996-2007**



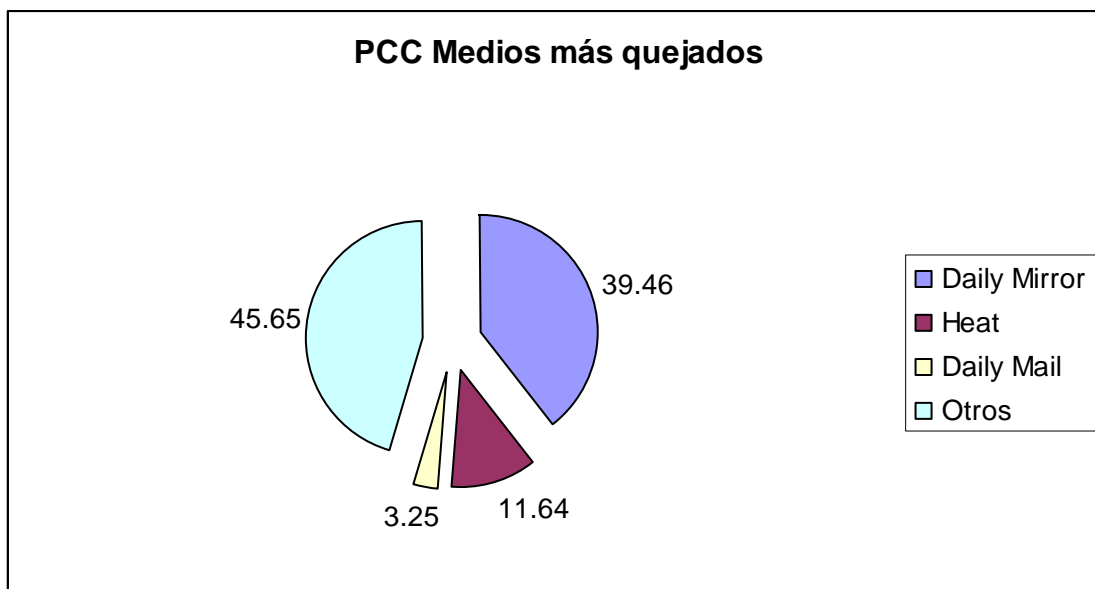
Aunque la *Press Complaints Commission* ha recibido decenas de miles de quejas desde su conformación a inicios de los noventa, sólo ha emitido 504 resoluciones entre 1996 y 2007. Casi el sesenta por ciento de ellas han sido favorables a los medios y poco más del cuarenta por ciento a los recurrentes. Sólo en 1999 las decisiones a favor de los quejosos superaron las que favorecían a los medios. En los años 2004 y 2005 la tendencia a favorecer a los medios ha llegado a niveles extremadamente altos, cercanos al 80 por ciento de las resoluciones. Ello se ha equilibrado en los dos últimos años observados. La enorme demanda de la actuación de la Comisión de Quejas evidencia sin

embargo el alto nivel de confianza que la población tiene en el sistema. Cabe anotar, además, que la mayor parte de las quejas planteadas se resuelven sin necesidad de emitir resoluciones, bastando los buenos oficios de la PCC para obtener una satisfacción suficiente para el quejoso.

**Tabla N° 17: PCC. Medios más quejados 2007**

| PCC          | 2007 | %     |
|--------------|------|-------|
| Daily Mirror | 485  | 39.46 |
| Heat         | 143  | 11.64 |
| Daily Mail   | 40   | 3.25  |
| Otros        | 561  | 45.65 |
| Total        | 1229 | 100   |

**Gráfico N° 17: PCC. Medios más quejados 2007**



No sorprende que el listado de los periódicos británicos más quejados esté liderado por el *Daily Mirror*, que concentra casi el 40 por ciento de las quejas del público. Se trata del más veterano de los tabloides sensacionalistas ingleses y se caracteriza por sus grandes reportajes fotográficos. Algunos sonados casos que han

comprometido la ética del periódico en años recientes son la publicación de fotos falsas, sobre supuestos maltratos de prisioneros iraquíes a cargo de soldados británicos, y la presentación de fotografías de ambientes privados del Palacio de Buckingham.

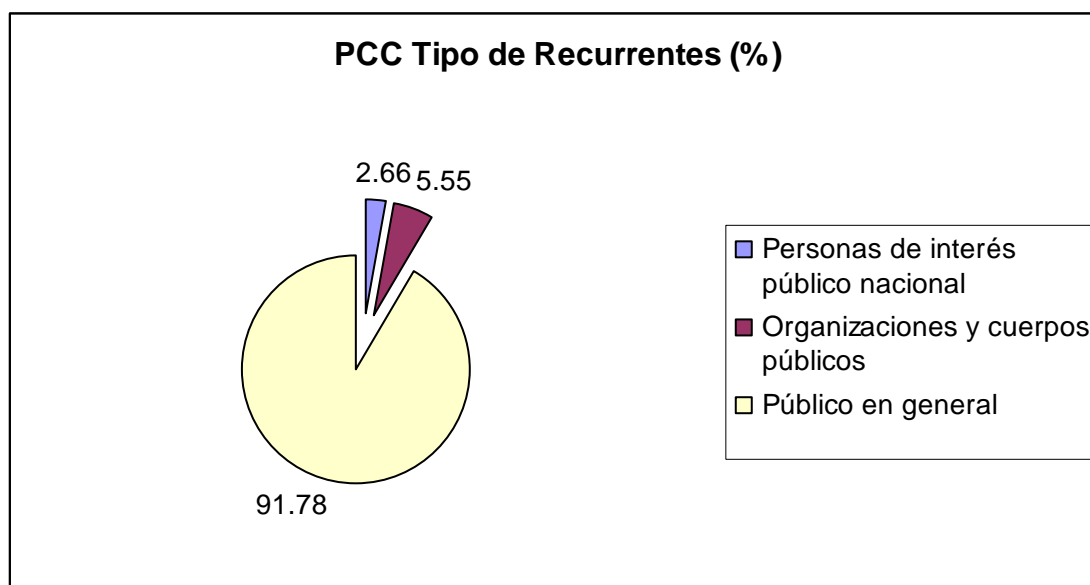
El *Heat* es también un semanario dedicado a la información sobre las celebridades y el mundo de la farándula. El *Daily Mail* es un popular tabloide, fundado en 1896 e identificado con el Partido Conservador. Es el segundo más leído en el Reino Unido con una tirada de más de dos millones de ejemplares, sólo superada por *The Sun*.

**Tabla N° 18: PCC. Tipo de recurrentes 2001-2007**

| PCC %                                | 2001 | 2002 | 2003 | 2004 | 2005 | 2006* | 2007 | 2001-07 |
|--------------------------------------|------|------|------|------|------|-------|------|---------|
| Personas de interés público nacional | 3    | 3    | 2    | 2.3  | 2.7  | 0     | 3    | 2.66    |
| Organizaciones y cuerpos públicos    | 7    | 6    | 4    | 5.5  | 4.8  | 0     | 6    | 5.55    |
| Público en general                   | 90   | 91   | 94   | 92.2 | 92.5 | 0     | 91   | 91.78   |
| Total                                | 100  | 100  | 100  | 100  | 100  | 0     | 100  | 100     |

\*No hay datos disponibles

**Gráfico N° 18: PCC. Tipo de recurrentes 2001-2007**

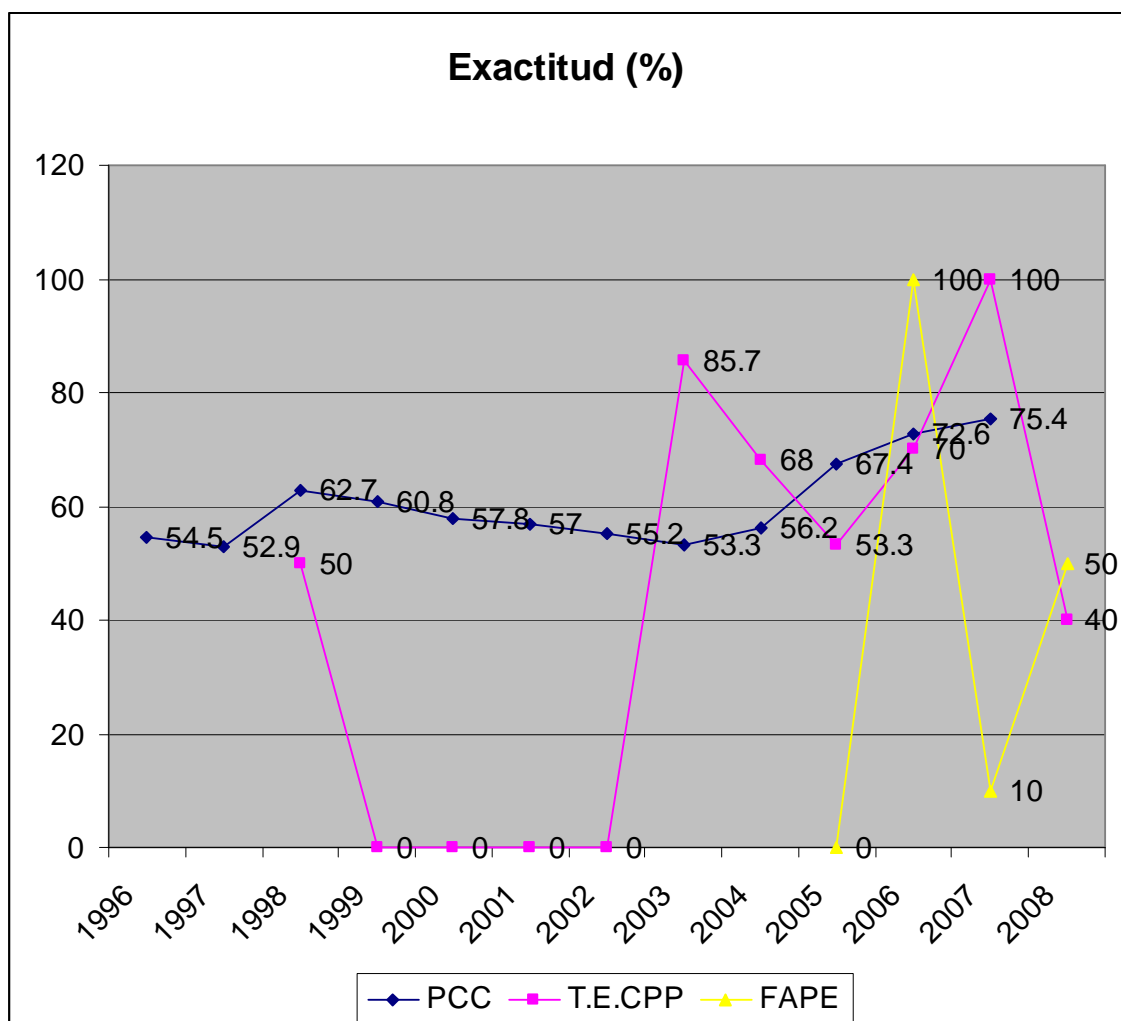


Sorprende el alto grado de participación del público en la presentación de quejas ante la *Press Complaints Commission*, superior al 90 por ciento del total. Al mismo tiempo llama la atención el reducido porcentaje de las quejas presentadas por figuras con notoriedad nacional. Es posible ensayar algunas hipótesis al respecto. La primera es que esa participación tan amplia podría explicarse por la ya larga tradición de mecanismos de autorregulación existentes en el Reino Unido, lo cual habría permitido su popularización y el acceso masivo del público en general. Otra hipótesis, relacionada con la primera, puede referirse al alto número de quejas que recibe la PCC. Cuando el número de quejas es todavía escaso, como en España o el Perú, parece que estos mecanismos son usados prioritariamente por quienes se sienten directamente afectados. Cuando el instrumento es más conocido y se populariza crece el número de quejas y, como es natural, el número de los directamente afectados puede mantenerse en términos absolutos, pero desciende porcentualmente. Finalmente, esta amplia participación pública puede explicarse también por la propia naturaleza de la Comisión de Quejas británica, establecida por el Parlamento y concebida como una plataforma para la participación ciudadana, a diferencia de los casos español y peruano, donde no parecen promovidas las denuncias del público, sino las de los directamente afectados.

#### VI.3.2.1.3.3. Datos comparativos

En los gráficos siguientes proponemos algunos parámetros de comparación entre la actuación del Tribunal de Ética del Consejo de la Prensa Peruana y sus similares de España y el Reino Unido. Ellos nos permitirán extraer conclusiones que pueden contribuir a un afianzamiento de este tipo de mecanismo de autocontrol en el Perú.

**Gráfico N° 19: Comparación sobre la vulneración del principio de veracidad y exactitud (FAPE, PCC, T.E. CPP). Evolución en el tiempo.**



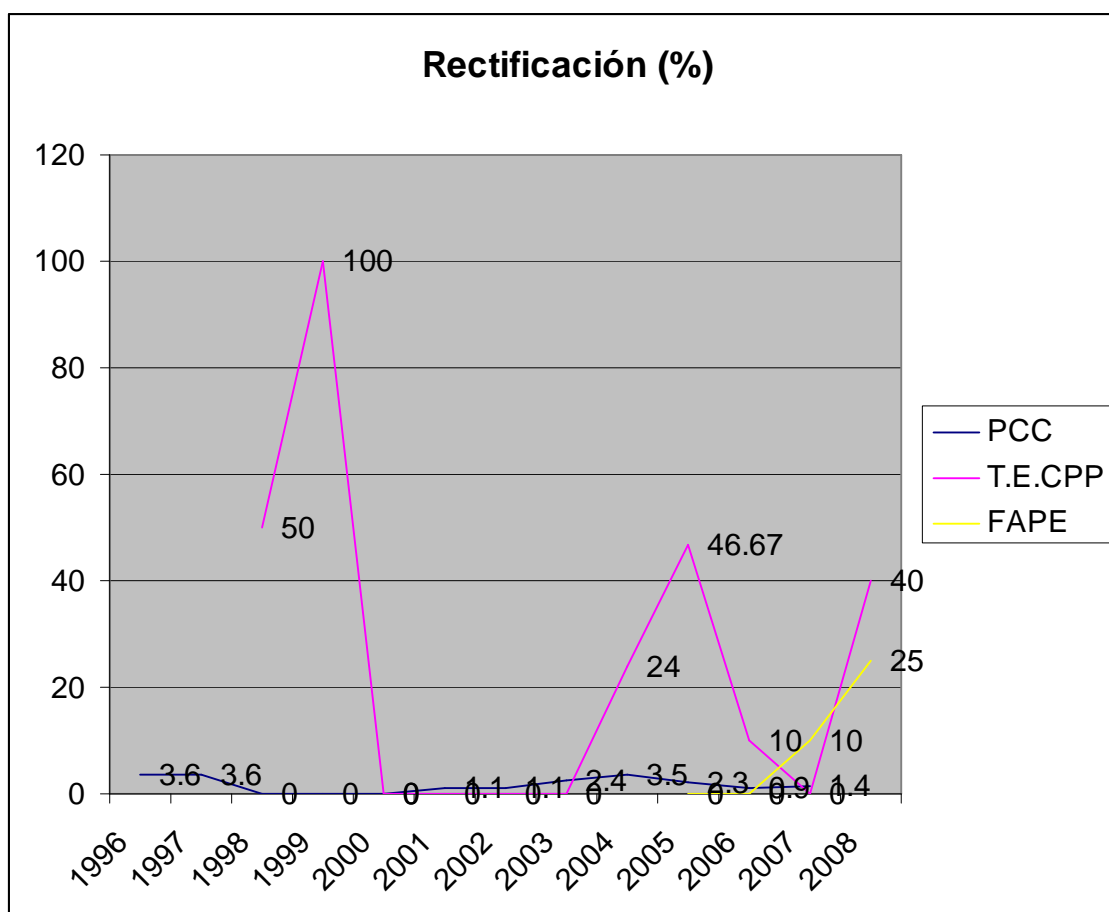
Revisados los datos parciales de cada uno de los mecanismos de quejas estudiados, nos interesa ahora establecer una comparación entre el nivel de recurrencia en las quejas de los principales principios éticos afectados en las resoluciones. Para ello comparamos los cinco que aparecen con más frecuencia y que son coincidentes, además, tanto en el listado de la *Press Complaints Commission* como en la metodología del profesor Porfirio Barroso.

El gráfico de líneas punteadas destaca, en primer término, la estabilidad de las tendencias de la PCC, a diferencia de los mecanismos peruanos y español, donde la exactitud puede motivar en algún año el cien por ciento de las resoluciones y en otro ninguna. La explicación más plausible para ello parece estar en el número de

resoluciones emitidas por cada organismo por año. En promedio la PCC dicta casi cinco veces más resoluciones por año que el Tribunal peruano y éste más del doble que su par español. A mayor número de resoluciones, mayores posibilidades de aparición de otros principios vulnerados.

Pero si se revisan los porcentajes totales de aparición del principio de exactitud, se verá que las diferencias son menos sustanciales entre los organismos británico y peruano. La Comisión de Quejas de la FAPE, en cambio, tiene un porcentaje mucho menor de atenciones por exactitud.

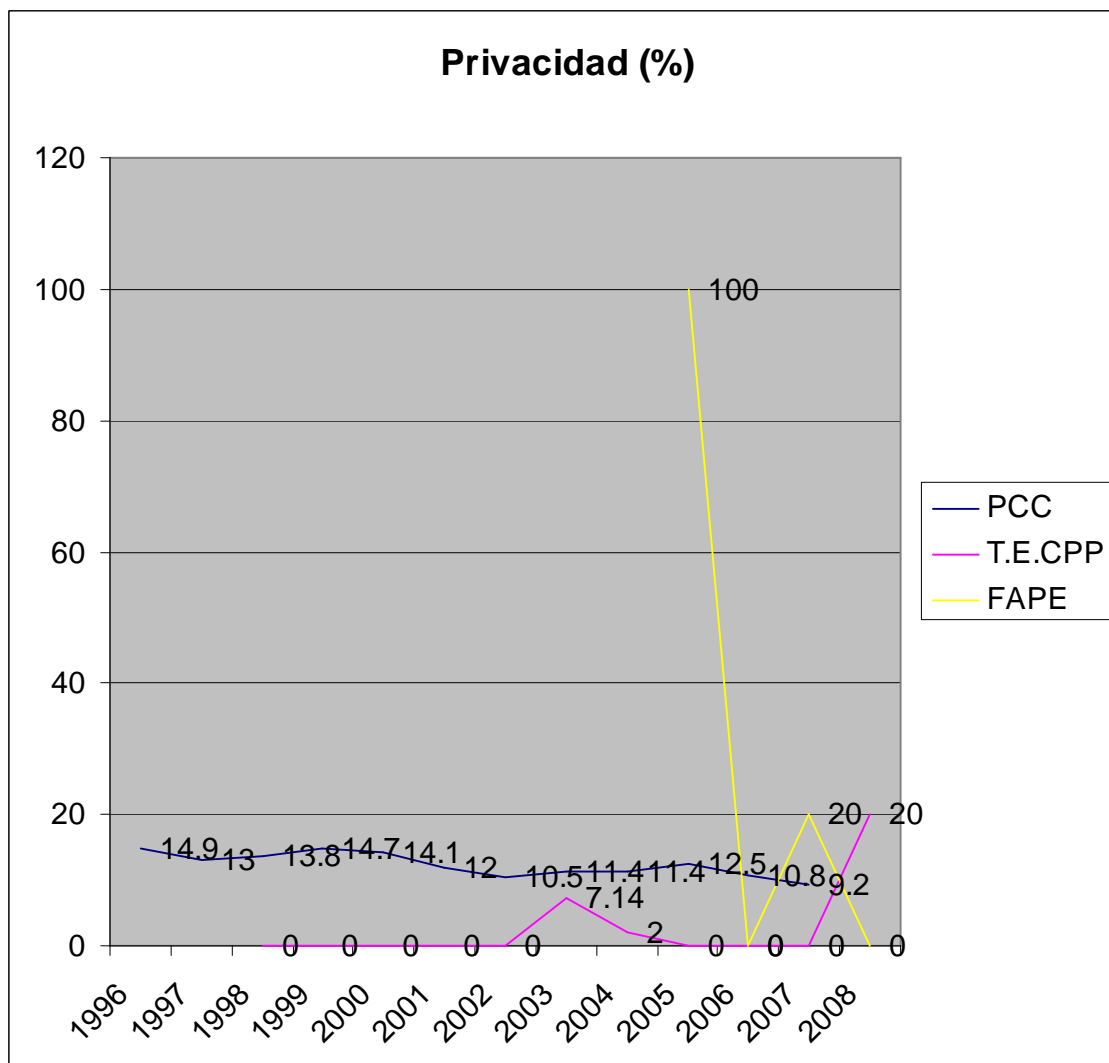
**Gráfico N° 20: Comparación sobre la vulneración del principio de rectificación (FAPE, PCC, T.E. CPP). Evolución en el tiempo.**



Los pedidos de rectificación no tienen mayor relevancia estadística en las resoluciones de la PCC. Sólo en algunos años han llegado hasta el 3.6 por ciento del

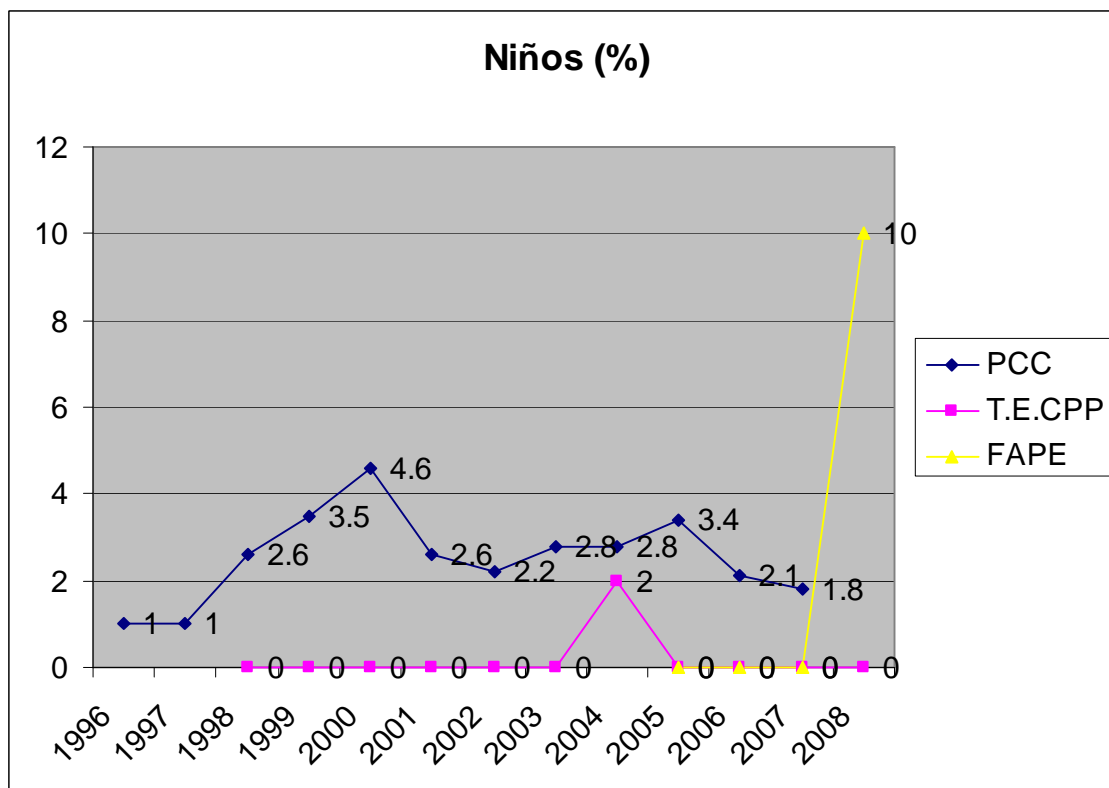
total. En los casos peruano y español la variación ha sido en cambio muy grande. Ello se explica, una vez más, por el reducido universo de resoluciones, especialmente en algunos años.

**Gráfico N° 21: Comparación sobre la vulneración del principio de privacidad (FAPE, PCC, T.E. CPP). Evolución en el tiempo.**



Las resoluciones sobre violación de la privacidad han venido descendiendo en la PCC de un modo sostenido, como puede verse en el gráfico precedente. A diferencia de otros principios, en el de privacidad la variabilidad de su aparición no es tan dramática en el caso peruano, como sí lo ha sido en estos años iniciales de la Comisión de Quejas de la FAPE.

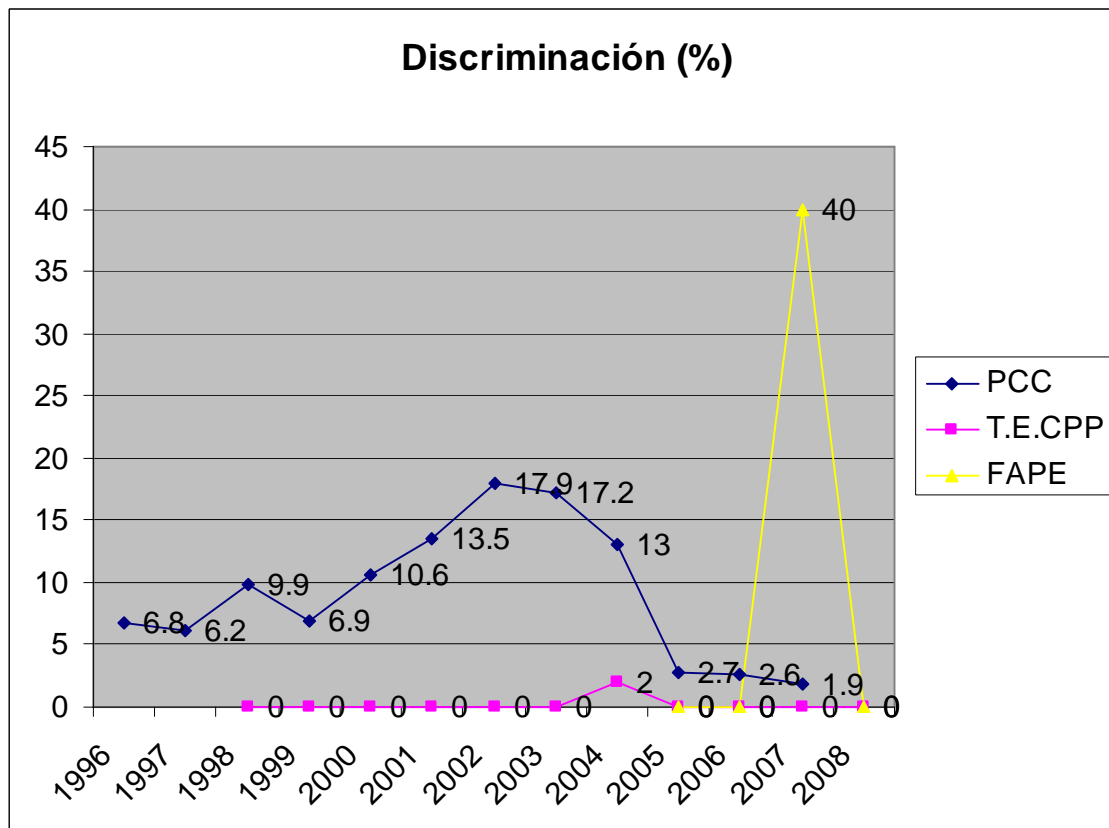
**Gráfico N° 22: Comparación sobre la vulneración del principio de respeto por la niñez y juventud (FAPE, PCC, T.E. CPP). Evolución en el tiempo.**



Los temas de niñez en las resoluciones de la PCC se han mantenido estables en el tiempo, aunque con una cierta tendencia a decrecer desde el 2000. El Tribunal peruano sólo ha resuelto en una ocasión sobre la materia, al igual que la Comisión española.



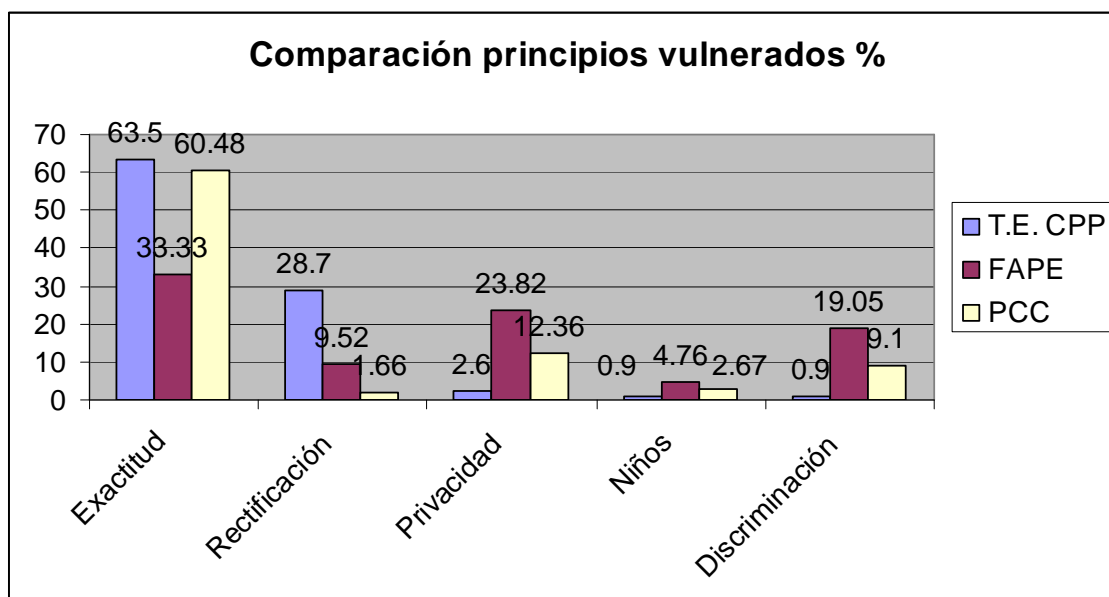
**Gráfico N° 23: Comparación sobre la vulneración del principio de no discriminación (FAPE, PCC, T.E. CPP). Evolución en el tiempo.**



El gráfico sobre discriminación es parecido a los anteriores. Desde el 2002 se aprecia una tendencia decreciente en el caso británico. En el Perú se produjo sólo una resolución en el 2004, que representó el dos por ciento de las emitidas ese año. La Comisión de la FAPE emitió cuatro en el 2007, equivalentes al 40 por ciento del total de ese año.

**Gráfico N° 24: Comparación de los principios vulnerados (FAPE, PCC, T.E. CPP).**

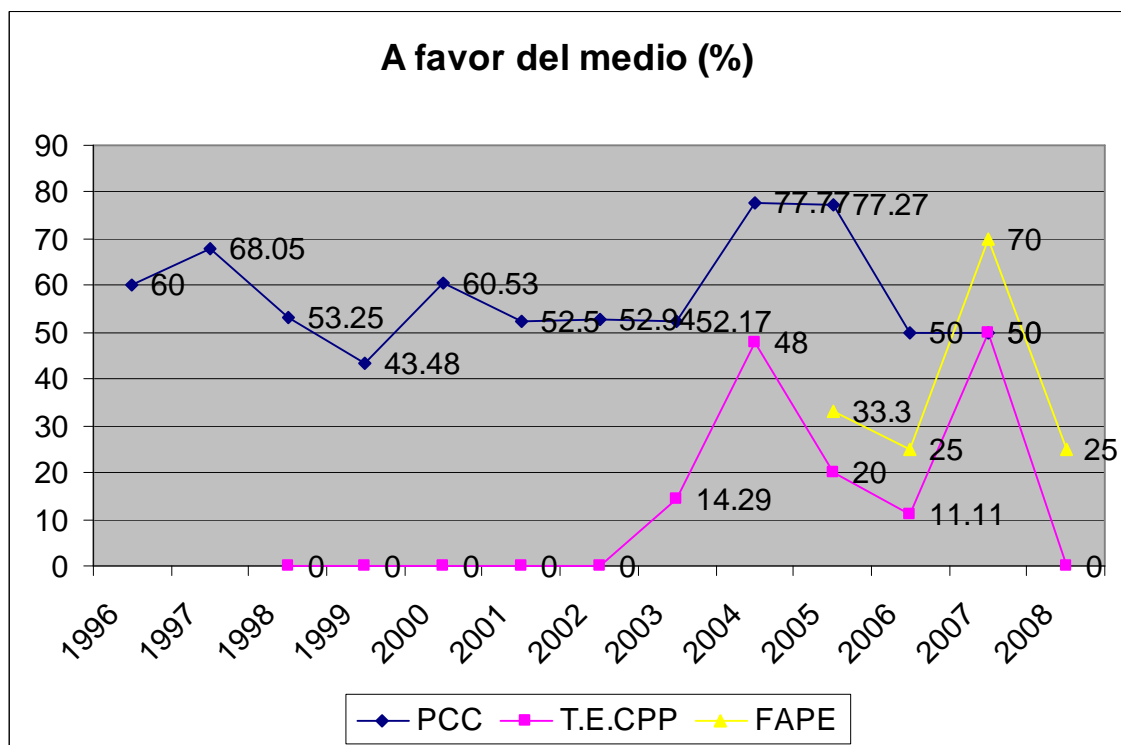
**Resumen**



Este gráfico permite comparar los porcentajes del total de las resoluciones de las entidades estudiadas, dedicadas a cada uno de los principales principios éticos afectados. Así, puede observarse que el principio con mayor afectación es el de exactitud, que alcanza más del 63 por ciento en las resoluciones del Tribunal de Ética del Consejo de la Prensa Peruana y más del 60 por cientos en las de la *Press Complaints Commission*. En cambio, este mismo principio sólo da origen a una tercera parte de las que emite la FAPE, cuyas quejas parecen mucho más diversificadas.

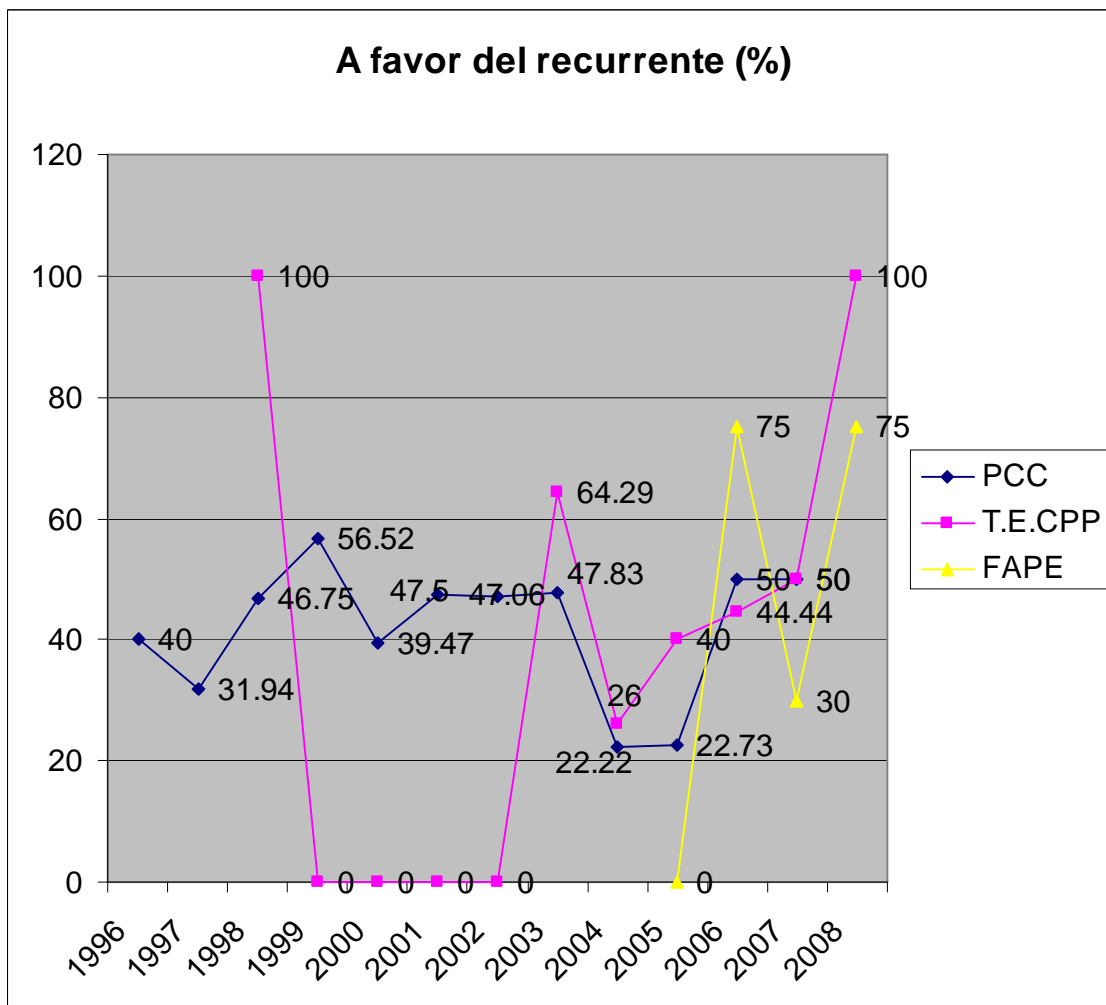
En la FAPE se ven porcentajes altos de quejas relativas a privacidad y discriminación, mientras en la PCC estos temas ocupan a la mitad de recurrentes respecto de los españoles. En el Perú estas materias son casi inexistentes. Son los pedidos de rectificación los que ocupan la segunda posición en el país andino. Los reclamos relativos al tratamiento de la infancia sólo tienen cierta relevancia en las quejas presentadas ante la FAPE. Son menos en el Reino Unido y casi inexistentes en el Perú.

**Gráfico N° 25: Comparación sobre las resoluciones a favor del medio (FAPE, PCC, T.E. CPP). Evolución en el tiempo.**



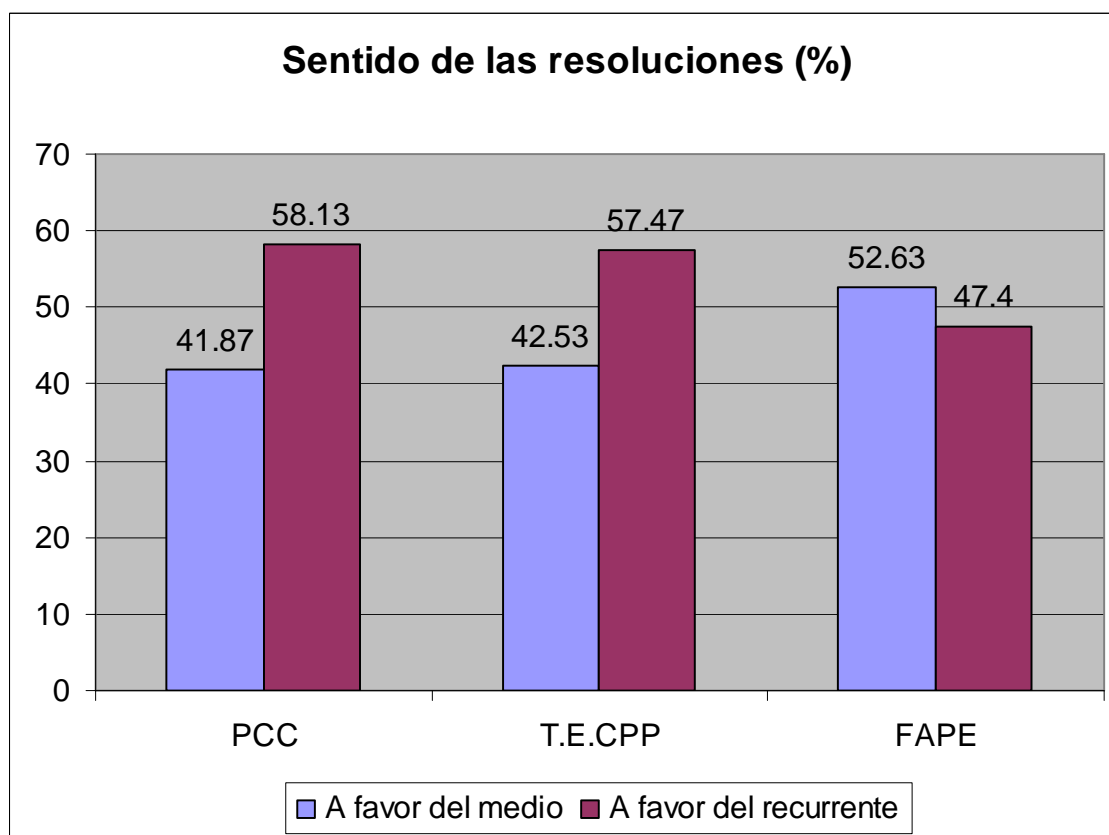
El gráfico muestra cómo en los tres casos, de modo coincidente, se presentan subidas y bajadas en los porcentajes, aunque estas variaciones no son extremadamente pronunciadas. Puede apreciarse también cómo los porcentajes de resoluciones a favor de los medios, analizados por años, suelen ser más altos en el caso británico, un poco menos en el español y menores aún en el peruano.

**Gráfico N° 26: Comparación sobre las resoluciones a favor del recurrente (FAPE, PCC, T.E. CPP). Evolución en el tiempo.**



Las resoluciones de la PCC a favor de los recurrentes se han mantenido relativamente estables, fluctuando entre su punto más alto en 1999, con 56.52 por ciento, y su punto más bajo en el 2004, con 22.22 por ciento. La variabilidad sigue siendo alta en el Perú y un tanto menos en España.

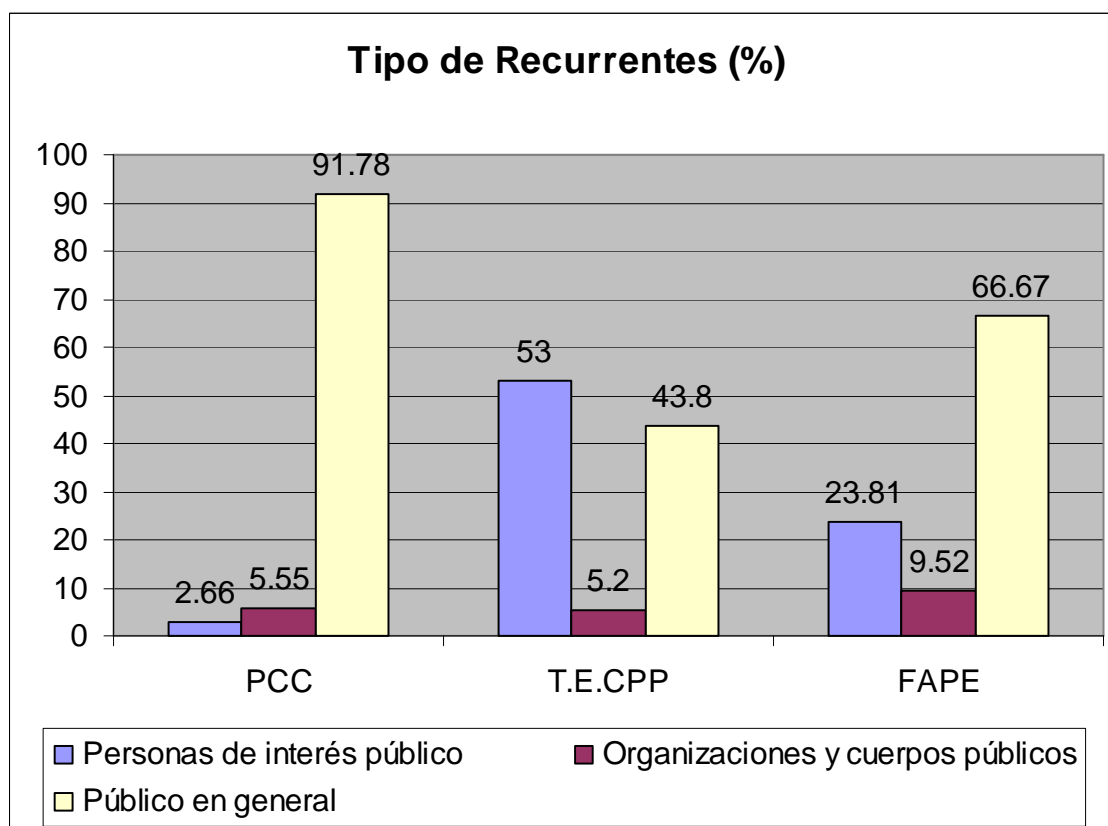
**Gráfico N° 27: Comparación sobre el sentido de las resoluciones. Resumen.**



Este gráfico es mucho más explícito que los anteriores, respecto de la comparación del sentido de las resoluciones entre las entidades bajo estudio. Para ello hemos tomado los respectivos promedios generales de las resoluciones a lo largo de los períodos estudiados. En los casos de la FAPE hemos excluido las resoluciones improcedentes y hemos recalculado los porcentajes sólo entre aquellas favorables a los medios o a los recurrentes. En el caso del Tribunal de Ética del CPP también hemos excluido las improcedentes y hemos sumado, a las favorables a los recurrentes, aquellas que consideramos parcialmente favorables, al entender que éstas también conceden razón al quejoso, aún cuando no lo sea en la totalidad de su petición.

Los porcentajes, sea a favor del medio o del recurrente, son casi exactos entre la PCC y el Tribunal de Ética del CPP. La relación es inversa, en cambio, en las resoluciones de la FAPE, en las que predominan las favorables a los medios.

**Gráfico N° 28: Comparación sobre el tipo de recurrentes. Resumen.**



Los datos recogidos en este gráfico muestran la abrumadora supremacía de las quejas presentadas por el público en general ante la PCC, en un porcentaje superior al 90 por ciento. También en las quejas presentadas ante la FAPE se observa la misma tendencia, aunque en un grado menor. En el Perú, en cambio, la relación es inversa. La mayor parte de las quejas son presentadas por personas de interés público, predominando entre ellos los políticos, los jueces y altos mandos militares. Para efectos de la comparación se han sumado las corporaciones privadas al público en general, pues la PCC no considera ese rubro en sus estadísticas.

VI.3.3. *Ombudsman*<sup>734</sup>

La figura del *Ombudsman* o defensor del público no ha tenido en el Perú hasta ahora ninguna aplicación práctica en el ámbito de los medios de comunicación social. Sólo tres publicaciones han insinuado en el país esta figura desde fines de la década pasada. Todas ellas pertenecen al grupo Apoyo, vinculado a los estudios sociales y económicos. Se trata de las revistas *Perú Económico*, *Semana Económica* y *Debate*. La última suspendió su circulación en el 2007. Las tres han mantenido un público selecto, dado el tipo de información y análisis que ofrecen. José María de Romaña, un ex sacerdote jesuita poco conocido a nivel público, pero hombre de intachable conducta personal, es el *Ombudsman* encargado de recibir las eventuales quejas y comentarios del público. Él, sin embargo, cumple una tarea muy limitada. Sólo remite esas comunicaciones al director de cada una de las publicaciones para su consideración, agregando su propio punto de vista y dando cuenta al interesado de la gestión realizada. En ocasiones interviene también de oficio, alcanzando a la dirección de cada una de las publicaciones las observaciones que juzga pertinentes. De Romaña no lleva una estadística de sus intervenciones. Estima que no han sido más de diez al año en promedio para las tres publicaciones. La mitad de ellas motivadas por el público y la otra mitad por iniciativa propia. Recibe por su labor una retribución económica simbólica, que no ha variado en los casi diez años que ejerce esta tarea.

Según la información que el mismo *Ombudsman* nos proporcionó en una entrevista para nuestra investigación, estas comunicaciones del público no sólo eran muy esporádicas, sino que tampoco parecían tener mayor relevancia desde el punto de vista ético. En la mayoría de los casos se trataba de precisiones o sugerencias sin mayores consecuencias desde el punto de vista ético. Esto pudo deberse al desconocimiento entre el público sobre las funciones del *Ombudsman*, pero también al poco interés de las revistas por explicitarlas. Sólo en el recuadro con los créditos de los directivos de *Semana Económica* se consigna un correo electrónico del *Ombudsman*, acompañado de la siguiente referencia:

---

<sup>734</sup>.- Sobre esta figura y su aplicación en el Perú, hemos entrevistado a José María de Romaña, único *Ombudsman* en la prensa peruana.

«El Ombudsman canaliza sin intermediación al director las inquietudes y quejas de los lectores, a quienes representa. No tiene relación de subordinación ni lealtad con la empresa editora, por lo que actúa de manera objetiva, externa e independiente. Además, APOYO Publicaciones S.A. es miembro del Consejo de la Prensa Peruana, y está sujeto a la competencia de su Tribunal de Ética Periodística».

Carece sin embargo este *Ombudsman* del instrumento esencial que caracteriza su labor en otros países: una columna propia en la que podría comentar y hacer públicos sus juicios sobre eventuales yerros éticos ocurridos en el medio. No obstante, *Semana Económica* y *Perú Económico* poseen un Código de Ética que se adiciona a otro del Grupo Apoyo, que aglutina, además de los medios mencionados, a un conjunto de empresas consultoras. Sobre el primero de estos códigos ya hemos hecho nuestros comentarios en el apartado pertinente.

Hace pocos años, en el 2005, el diario *La Primera*, uno de los de mayor lectoría en ese momento, anunció en la pluma de su director, Juan Carlos Tafur, la creación de la figura del defensor del lector en sus páginas e incluso dio a conocer el nombre de la persona comisionada para esa tarea. Se trataba de Alfonso Grados Bertorini, abogado, periodista y político de dilatada y reconocida trayectoria. Notable periodista en el diario *La Prensa* en los años cincuenta y sesenta, fue por aquellos años presidente de la Federación de Periodistas del Perú. Funcionario Internacional del más alto rango en el Banco Interamericano de Desarrollo en los setenta, Ministro de Estado y Embajador en los ochenta, congresista en los noventa y periodista siempre, no aceptó finalmente el encargo. En entrevista sostenida con el autor de esta tesis nos comentó su imposibilidad material de cumplir esa delicada labor, debido a las limitaciones propias de su edad. Se frustró en ese momento la posibilidad concreta de introducir por primera vez en el Perú la institución de defensoría del público en un diario. Cambios posteriores en la dirección del periódico trajeron consigo el olvido de la propuesta.

América Televisión, la cadena televisiva más grande del país, evaluó también en el 2001, tras un cambio en su propiedad, la posibilidad de establecer en su interior la figura del *Ombudsman*. Sus directivos habrían pensado en el ex Defensor del Pueblo Jorge Santistevan, primero en ejercer en el Perú esa alta magistratura y personalidad



ampliamente respetada. En entrevista sostenida con Santistevan, éste nos refirió la preferencia del medio por la adopción de un Código de Ética, desestimando la creación del defensor del televidente.

Ninguna otra iniciativa surgida de los medios ha trascendido en el Perú, respecto de la creación de la institución del *Ombudsman* en el ámbito de los medios de comunicación social. No obstante, el ya citado artículo 34° de la Ley 28278, Ley de Radio y Televisión, del 15 de julio de 2004, establece que “los titulares de servicios de radio y televisión deben regir sus actividades conforme a los códigos de ética que deben establecer en forma asociada o individual, en los cuales se deberá incluir mecanismos concretos de autorregulación”. El mismo artículo indica que los titulares de los servicios citados, o quien ellos deleguen, “atienden las quejas y comunicaciones que envíe el público en relación con el código de ética, así como lo relativo al derecho de rectificación”.

Esta norma, gestada tras un arduo debate público en el seno de la Comisión de Transportes y Comunicaciones del Congreso de la República, a la que nos tocó asistir en representación de la Universidad de San Martín de Porres para exponer sobre la figura del Defensor del Público, en audiencia realizada el 26 de septiembre de 2004, acoge parcialmente la propuesta formulada en dos investigaciones sobre la materia. Una desde la citada Universidad<sup>735</sup> y otra posterior en la Universidad de Piura<sup>736</sup>.

En efecto, la ley al establecer la obligatoriedad de los medios radiales y televisivos de atender las quejas y comunicaciones que envíe el público en relación con el código de ética, por el titular del servicio o quienes ellos deleguen, crea en la práctica la figura del *Ombudsman*, aunque no le otorga todas las características que le son inherentes y que hemos referido al ocuparnos de esta figura en el marco teórico precedente. De haberlo hecho, la ley habría atravesado la tenue línea que distingue el autocontrol del heterocontrol, conceptos sobre los que hemos abundado también en los apartados pertinentes del marco teórico de esta tesis.

---

<sup>735</sup>.- Cfr. VÁSQUEZ, Aldo (2002): *El defensor del público. Un Ombudsman en materia de comunicación social*, op. cit.

<sup>736</sup>.- Cfr. HERRERA, Susana y ZETA, Rosa (2004): *Ombudsman: el defensor de la audiencia en los medios latinoamericanos*. Piura (Perú), UDEP.

Si bien las emisoras de radio y televisión en el Perú deben señalar una persona responsable de atender las demandas éticas de sus públicos, éstas no necesariamente actuarán con los criterios propios de los defensores del público, presentes en grandes medios de comunicación en el mundo y reconocidos por la academia. Es ahora responsabilidad de los medios de radiodifusión darle forma, en el interior de cada uno de ellos, a esta figura ya consagrada en otras latitudes. Si así fuera, sería incuestionable el carácter autorregulatorio de estos *Ombudsman*, pues, aunque la ley los promueve, son los propios medios los que definen sus perfiles y modos de actuación.

Lastimosamente, los medios radiales y televisivos se han limitado hasta ahora a cumplir con el texto de la ley, al establecer sus respectivos códigos de ética. No han publicitado en cambio la designación de las personas responsables de atender las demandas éticas del público. De acuerdo con la norma debe interpretarse entonces que son los propios titulares de las respectivas empresas quienes responderán a tales inquietudes. Sin embargo, el desconocimiento de la norma y el nulo interés de los medios por publicitar esta tarea, han impedido hasta ahora que esta función tenga la menor relevancia.

#### VI.3.4. Auditorías y Observatorios de Prensa

##### VI.3.4.1. Veeduría Ciudadana de la Comunicación Social

La Veeduría Ciudadana de la Comunicación Social es un observatorio de los medios de comunicación en el Perú. Se trata de un proyecto auspiciado por la Asociación de Comunicadores Sociales Calandria, con el objeto de promover el mejoramiento ético de los medios de comunicación, mediante la crítica de los ciudadanos. Para ello desarrolla actividades diversas de vigilancia y análisis de los contenidos de los medios, presentando su protesta y haciendo propuestas de cambio.

Esta iniciativa surgió a fines de los noventa como un espacio de crítica a los medios de comunicación, entonces comprometidos con el régimen autoritario del presidente Alberto Fujimori. Esa relación entre el poder y los medios iba mucho más allá del mero favoritismo en las informaciones o en la línea editorial. Implicaba también una prensa sensacionalista que jugaba un rol de desinformación y de

distracción de los temas nacionales. De igual forma la televisión sometía su programación, de modo que los espacios de debate público quedaran restringidos a su mínima expresión.

Superados aquellos años, la Veeduría ha reconducido su accionar en un contexto de pleno respeto por las libertades públicas. Ha hecho alianzas con algunas instituciones y con sectores ciudadanos. Su relación con los medios no ha sido estrecha, pero ha logrado contactos fructíferos con algunos de ellos a los que, incluso, les ha ofrecido capacitación en temas de ética.

La Veeduría ha promovido a nivel nacional el debate sobre la oferta televisiva en materia de entretenimiento. Para ello hace encuestas, organiza caravanas por calles y plazas sensibilizando a la población sobre el rol de los medios y procura espacios para que se escuche al ciudadano, al que trata también de educar en su actuación como lector, oyente y televidente. En estos encuentros se suele invitar también a los medios y sus periodistas, aunque esta participación es limitada. Aunque su propósito es el de crear espacios de diálogo entre ciudadanos y medios, ha aparecido a veces como demasiado confrontacional.

No ha logrado establecer alianzas sólidas con los medios de comunicación, que los involucren al punto de constituirse en un mecanismo susceptible de asimilarse al autocontrol. Además, la Veeduría ha mantenido una atención privilegiada sobre la televisión y, de modo especial, por la programación de entretenimiento. Aún cuando se trata de una experiencia valiosa, por la participación ciudadana que ha llegado a convocar en momentos determinados, no es en el Perú una experiencia de autocontrol de los medios y menos aún de la prensa, que motiva nuestra atención en esta tesis.

#### VI.4. Conclusión

La información contenida en este Capítulo nos permite concluir sobre cuestiones centrales de nuestra investigación.

Un primer aspecto que merece ser destacado es el elevado nivel de aceptación que tienen los mecanismos de autocontrol de la prensa en la población, según se

desprende de una encuesta ya citada realizada en mayo de 2007. Esta acogida, sin embargo, no ha sido suficientemente aprovechada por los medios de comunicación que, aunque en su mayoría participan de algún mecanismo de autocontrol, no fomentan su uso entre el público.

En efecto, la mayor parte de los diarios y revistas peruanos, cuya lectoría representa más de un noventa por ciento del total, están adscritos a algún tipo de autocontrol, predominando aquellos que se someten a la autoridad del Tribunal de Ética del Consejo de la Prensa Peruana. Sin embargo, esta sola adhesión no parece suficiente. Varios de los medios que aceptan esa jurisdicción no destacan por su compromiso con la ética periodística y han sido muchas veces objeto de cuestionamientos por parte del Tribunal. La pobre difusión de ese instrumento ha limitado sus posibilidades de actuación y, con ello, de ejercer un control efectivo de las faltas a la ética periodística.

La suma de mecanismos de autocontrol parece tener mucho mejores resultados. En aquellos periódicos o revistas donde se utiliza más de uno de esos mecanismos, el resultado parece ser más eficiente. Los diarios *El Comercio* y *El Tiempo*, así como las revistas *Perú Económico* y *Semana Económica*, que poseen más de un mecanismo, son medios poco quejados por el público. El caso más significativo es el del diario *El Comercio*, pues su nivel de exposición a posibles yerros deontológicos es mucho mayor que el de otros medios, dado su incuestionable liderazgo en los estudios sobre lectoría. Es posible suponer, además, que ese éxito guarde relación con sus elevados niveles éticos y la credibilidad que estos conllevan.

En cuanto a los gremios profesionales, la evidencia aportada muestra su inoperancia, desde el punto de vista de la cautela de la ética periodística. Pese a que todos los gremios relevantes cuentan con Códigos Deontológicos y con Tribunales de Honor para asegurar su cumplimiento, aquellos no se cumplen y los tribunales carecen de actuación alguna. Este dato, en nuestra opinión, es revelador de varias circunstancias: una crisis de representatividad de los gremios, su limitada influencia social, el escaso interés de sus directivos y agremiados por contribuir a la elevación ética de los medios y, sobre todo, la imposibilidad material de esas organizaciones para incidir en el comportamiento ético de sus asociados, pues el ejercicio profesional de estos no depende de su participación gremial, sino de la acogida en una empresa

periodística. Los casos que hemos evaluado, objeto de resolución por el Tribunal de Ética del Consejo de la Prensa —varias de las cuales consignamos en anexos—, hacen patente la responsabilidad de los medios, antes que la de los periodistas. Esta comprobación no exime de responsabilidad ética al profesional, frente a su propia conciencia, pero sí la relativiza ante la que corresponde a la empresa periodística en la que trabaja.

Sin duda que el compromiso ético puede y debe ser abordado desde varios frentes y ello obliga a los gremios a una actuación más comprometida. Pero la obligación de los medios de comunicación y de sus directivos es ineludible. La conformación del Consejo de la Prensa ha sido un avance sustancial en este proceso, sin embargo, la composición de su Tribunal de Ética deja todavía que desear. No está en duda la idoneidad ética y profesional de cada uno de sus integrantes, sino su representatividad. Casi todos los que han formado parte de ese Tribunal son profesores de una sola Universidad y entre sus miembros han predominado los abogados, al mismo tiempo que han estado ausentes representantes de los periodistas y del público. Ello no ha minado la imparcialidad del Tribunal, pero ha impedido la expresión en sus fallos de otras sensibilidades y, probablemente, ha sido causa de omisiones ante pronunciamientos que le han sido exigidos y que han quedado en el tintero, en razón de argumentos formales.

Otra cuestión que debe señalarse en este apartado conclusivo es la existencia de una prensa absolutamente refractaria a cualquier forma de autocontrol. Se trata del periodismo sensacionalista —también denominado “chicha” en el Perú—, cuyos objetivos empresariales predominan claramente sobre cualquier imperativo ético. Aunque representa un sector minoritario de la prensa nacional en términos de lectoría, no deja de tener una cierta influencia en los ambientes menos cultivados. En beneficio del público, esa prensa no se interesa de modo predominante en los temas políticos o sociales, sino en los deportivos y aquellos propios de la farándula. Ello no significa que sea inocua. Posee la fuerza suficiente para deslizar datos no confirmados y juicios aventurados sobre personas e instituciones, que la maledicencia de algunos convierte en sombras de duda permanentes. Es cierto que la credibilidad de esa prensa es muy reducida, pero su capacidad de echar a andar rumores es difícil de ser correctamente sopesada. El régimen del presidente Alberto Fujimori, en la década de los noventa,

mostró de un modo contundente la potencia destructora de honras de esa prensa y su capacidad de generar desinformación. Ello ocurrió en un contexto de abierta corrupción, que hemos descrito en el capítulo precedente, y que ha sido objeto de procesos judiciales que han concluido con la carcelería de algunos de los operadores de esos medios, que recibieron dinero del estado a cambio de la venta de sus titulares y de su línea informativa.

Sobre los mecanismos de autocontrol existentes en el Perú, cabe señalar que predominan los códigos deontológicos y la actuación del Tribunal de Ética del Consejo de la Prensa. Un solo diario, *El Comercio*, posee un libro de estilo. Los tribunales de honor, aunque existen en acuerdos y documentos, no tienen ninguna actividad conocida. Tampoco hay estatutos de redacción en medio alguno. El único *Ombudsman* existente en la prensa peruana cumple funciones muy limitadas y carece de su característica más esencial: una columna propia para que sus juicios sean conocidos por el público. El único observatorio de medios en el Perú, la Veeduría Ciudadana de la Comunicación Social, ha centrado su atención en la radio y la televisión.

Los códigos deontológicos estudiados reúnen la casi totalidad de los principios de la ética periodística más reconocidos a nivel universal, aunque sus calidades, sistematización, coherencia y redacción no sean homogéneas. El documento más acabado de este tipo, en nuestra opinión, son los Principios Rectores del diario *El Comercio*.

Pero el instrumento de mayor utilidad para salvaguardar la ética en la prensa peruana parece ser en nuestros días el Tribunal de Ética del Consejo de la Prensa. Pese a las limitaciones ya señaladas en su composición y a ciertas omisiones ante pronunciamientos requeridos por los quejosos, constituye hoy un baluarte en la defensa de la ética periodística. Su meritoria labor se expresa en las más de cien resoluciones emitidas a lo largo de más de diez años de funcionamiento. Ha intervenido en algunos casos sonados y ha inclinado frecuentemente su juicio a favor de los recurrentes y en contra de los medios, lo que ha demostrado su independencia. Su actuación, además de señalar lineamientos éticos para el trabajo de la prensa, ha permitido la reivindicación moral de muchos afectados por informaciones periodísticas, que de otro modo habrían quedado con el baldón de imputaciones sin sustento.

En definitiva, a la luz de los datos aportados, puede concluirse que los mecanismos de autocontrol de la prensa en el Perú están aún en una etapa incipiente, aunque sus frutos son promisorios. Dado que su desarrollo se inicia en los últimos años, es posible suponer que estos se irán perfeccionando con el paso del tiempo, a la vez que se irán complementando con otros instrumentos hasta formar sistemas integrados de autocontrol, en cuyo éxito confiamos para la elevación de la calidad ética de la prensa peruana y, con ello, para el beneficio de un público mejor informado, capaz por ende de ejercer en plenitud su ciudadanía.

## **Capítulo VII. Conclusiones**





### **Primera. Relación entre ética y teoría de la comunicación**

La ética periodística constituye parte esencial del estudio científico de la Comunicación Social, lo cual se evidencia por el análisis de las consecuencias éticas de las diversas corrientes en la teoría de la comunicación. A esta conclusión contribuyen también los aportes de algunos autores y la reflexión filosófica sobre la acción comunicativa. Ello justifica la importancia de la ética, que no puede ser percibida como una cuestión tangencial al fenómeno de las comunicaciones, reducida a mero moralismo. La comunicación, por su propia naturaleza, sólo tiene sentido cuando se produce sobre la base de la veracidad, en la que se funda la confianza, y con ella la continuidad del vínculo y la interacción entre emisor y receptor. Esto supone compromisos y responsabilidades para que la comunicación sea auténtica.

### **Segunda. Aplicación de la ética en la actividad periodística**

La ética constituye una disciplina científica que, aunque guarda relación con la moral y el derecho, tiene un objeto específico de estudio, que la distingue: la moralidad de los actos humanos libres y voluntarios. El análisis de las principales teorías éticas muestra en cada una de ellas ciertos énfasis, varios de los cuales son incorporados en el ámbito de la ética profesional, donde el servicio y la vocación son sus elementos distintivos. En el campo específico de la ética y la deontología periodísticas, el servicio al “otro” en la entrega de la información que le es debida es una exigencia de justicia.

### **Tercera. Mecanismos de autocontrol en el periodismo**

Los mecanismos de autocontrol de la prensa, según la experiencia comparada, han contribuido al equilibrio entre los derechos de los medios, los periodistas y los públicos. El auge universal de estos mecanismos muestra su utilidad. Sin embargo, ninguno de estos resuelve, por sí solo, el conjunto de los desafíos éticos que enfrenta la prensa. La interacción de varios de estos mecanismos, formando sistemas integrados, puede afianzar un cumplimiento más pleno de los principios de la ética periodística.

#### **Cuarta. Evolución histórica del periodismo en el Perú. Implicaciones éticas**

La historia del periodismo en el Perú está caracterizada por el escaso cumplimiento de los principios universales de la ética periodística. Existe, asimismo, una correlación entre el péndulo civil militar típico de la historia republicana del Perú y el comportamiento de la prensa. En períodos de vigencia constitucional la prensa ha desbordado los límites naturales de la libertad de expresión, en perjuicio de los derechos al honor y la intimidad, mientras en dictadura ha moderado esos excesos, al mismo tiempo que ha sacrificado la libertad de expresión, sin encontrar un punto en que se equilibren ambas perspectivas.

Puede afirmarse también que los instrumentos ambiguos y permisivos para el control de los excesos en el ejercicio de la libertad de prensa, como los jurados creados por la ley de imprenta de 1823, fueron superados en el siglo XIX por una prensa virulenta y ajena a todo principio ético. Ya en el siglo XX las organizaciones gremiales carecieron de solidez para autorregular el ejercicio del periodismo. Sus códigos deontológicos y consejos de ética tuvieron un carácter puramente nominal. En el balance histórico sobre la prensa en el Perú debe reconocerse, sin embargo, su papel en la forja de la nacionalidad y del espíritu de debate, presente desde siempre en los periódicos peruanos.

#### **Quinta. Códigos deontológicos**

Todas las instituciones gremiales representativas de la actividad periodística en el Perú poseen códigos deontológicos que regulan el ejercicio profesional de sus miembros. Estos pueden caracterizarse por algunos elementos en común: constituyen declaraciones formales, tienen un escaso nivel de sistematización, carecen de divulgación suficiente entre sus miembros, son completamente desconocidos por el público y no tienen instrumentos útiles para garantizar su cumplimiento.

Los códigos estudiados recogen, en conjunto, la casi totalidad de los principios más universales de la ética periodística. En varios de los casos estos principios son reiterados en distintos artículos de los respectivos códigos. Sólo un principio, la correspondencia entre los titulares y el cuerpo del artículo periodístico, está ausente en los códigos

peruanos. El principio con mayor presencia en los códigos éticos peruanos es el de verdad, objetividad y exactitud en la información, presente en todos los estudiados. Le sigue de cerca el de servicio al bien común, ausente en sólo un código. El secreto profesional, el respeto a la intimidad, el uso de justos y honestos medios y el respeto por las instituciones sociales son incluidos también en seis de los ocho códigos estudiados.

#### **Sexta. Libros de estilo.**

La existencia de mecanismos internos de autocontrol en los medios, como los libros de estilo, favorece adecuados comportamientos éticos en los mismos y una reducción de las denuncias del público por violaciones de principios éticos.

La concentración del mayor número de denuncias ante el Consejo de la Prensa, por violaciones de la ética periodística, corresponden a dos grupos empresariales: *La República* y *Correo*, que en conjunto han sido motivo de casi el cuarenta por ciento de las resoluciones recaídas sobre las quejas presentadas contra todos los medios de comunicación del país. Si se excluyeran las quejas contra las emisoras de radio y televisión, entonces sumarían más del cincuenta por ciento de los procesos instaurados contra medios escritos. Esta alta concentración de denuncias sugiere también una relación con la completa inexistencia de mecanismos de autocontrol al interior de estos medios de comunicación. Contrariamente, el grupo *El Comercio* que sí cuenta con sus Principios Rectores y con un Libro de Estilo, tiene un perfil relativamente bajo de denuncias ante el Tribunal de Ética del Consejo de la Prensa, pese a que su nivel de exposición es mayor al de los otros medios, pues es el líder indiscutido en lectoría a nivel nacional.

#### **Sétima. Tribunales de honor**

Los principales gremios de periodistas en el Perú cuentan con tribunales de honor, normados en sus respectivos estatutos o en sus códigos de ética. No obstante, en ningún caso hemos podido acreditar actuación alguna en los últimos años. Su presencia es meramente nominal y en la generalidad de los casos no está actualizada la designación de sus miembros. Sus competencias, por lo general, se extienden más allá de velar por el cumplimiento de la ética periodística, para garantizar el cumplimiento de las normas

de funcionamiento interno de las respectivas organizaciones. El número de miembros de los tribunales fluctúa entre tres y cuatro, la duración de su mandato varía entre uno y tres años y, por lo general, se requiere de condiciones especiales para ser integrante de este organismo. Todos los tribunales tienen competencia para establecer sanciones.

### **Octava. Tribunal de Ética del Consejo de la Prensa Peruana**

El Tribunal de Ética del Consejo de la Prensa Peruana constituye en la actualidad la más valiosa experiencia de autocontrol de los medios de comunicación en el país. De ello da cuenta la adhesión a este mecanismo por parte de los más importantes medios de comunicación del Perú y las más de cien resoluciones que ha emitido ante las quejas de personajes públicos, instituciones estatales y privadas y público en general. La comparación entre la experiencia del Tribunal de Ética del Consejo de la Prensa Peruana y sus similares de la Federación de Asociaciones de Periodistas de España y de la británica *Press Complaints Commission*, permiten concluir que no hay diferencias sustanciales en los principios vulnerados en los tres países. Es verdad que hay cifras distintas cuando el análisis se hace por años, pero ello se explica, sobre todo, por la gran diferencia entre las cantidades de quejas que resuelve el ente británico, frente al peruano o el español. Esta evidencia muestra el carácter universal de la ética periodística, cuyas demandas no varían tanto por razones culturales o geográficas.

La comparación con la experiencia internacional, sugiere también la utilidad de los mecanismos receptores de quejas de los Consejos de Prensa o similares. Puede observarse, por ejemplo, una relativa caída a través de los años de las quejas sobre privacidad, niñez o discriminación. Es posible deducir que la labor pedagógica de estos instrumentos contribuye a un mejor tratamiento periodístico en relación con estos aspectos. Ello se percibe con más claridad en la experiencia más extensa y recurrida de la *Press Complaints Commission*. La evidencia mostrada permite reconocer también la imparcialidad y legitimidad de este tipo de mecanismos, pues en los tres casos se constata un equilibrio en el sentido de las resoluciones. El Tribunal peruano ha tendido a favorecer a los quejosos, pero en porcentajes que resultan explicables por la propia condición de la prensa peruana, aún carente de mecanismos internos de autocontrol, lo cual la hace más vulnerable a las quejas de los usuarios. Se percibe sí diferencias en el tipo de usuarios de este mecanismo de autocontrol. Mientras en los casos británicos y

español estos son mayoritariamente el público en general, en el Perú todavía predominan las figuras públicas de interés nacional. Ello puede encontrar explicación en el desconocimiento del público sobre este instrumento.

#### **Novena. *Ombudsman***

En el Perú no existe la institución del *Ombudsman* como un mecanismo de autocontrol, al interior de los medios de comunicación. Si bien las revistas del Grupo Apoyo cuentan con una personalidad bajo esa denominación, sus funciones distan todavía de ser las propias de esta figura.

#### **Décima. Veeduría Ciudadana de la Comunicación Social**

Si bien en el Perú existe un importante y pionero observatorio de los medios de comunicación, la Veeduría Ciudadana de la Comunicación Social, éste ha centrado su atención en los medios de comunicación audiovisuales: la radio y la televisión. No ha logrado tampoco establecer alianzas sólidas con los medios, que le permitan constituirse en una instancia de autocontrol. No obstante, se trata de una meritoria experiencia para el debate ciudadano en torno de los medios.

#### **Décima primera. Conclusión final**

Por tanto, y como conclusión final, podemos afirmar que los mecanismos de autocontrol de la prensa en el Perú, pese a su carácter incipiente, están contribuyendo ya a revertir el vacío histórico en el tratamiento de la ética periodística en el país. Ello se evidencia por la adhesión creciente de los medios escritos a alguna forma de autocontrol, por el nivel de aprobación que éste tiene entre el público y por la disposición de distintos medios a acatar las resoluciones del Tribunal de Ética del Consejo de la Prensa Peruana.

La mayoría de los medios, sobre todo aquellos con mayor audiencia e influencia en la sociedad, poseen o están adscritos a algún mecanismo de autocontrol. Catorce de veintitrés diarios de circulación nacional en el Perú, participan de alguna forma de autocontrol. De igual modo, cinco de nueve de las más importantes revistas del país

están sujetas a este tipo de instrumentos. Pero sólo uno de los grandes grupos de diarios del país, *El Comercio*, posee un mecanismo interno de autocontrol. Restan todavía varios diarios y revistas de circulación nacional que carecen absolutamente de referente deontológico. Esta ausencia es más grave aún en la mayor parte de la prensa regional. No obstante, el autocontrol se asume progresivamente en la prensa peruana.

El autocontrol gana también legitimidad entre los peruanos. Dos tercios de los ciudadanos del Perú son favorables a este tipo de mecanismos u otros que incluyan además la participación del público. Sin embargo, los instrumentos para la autorregulación son todavía pocos y adolecen de una deficiente formulación, al mismo tiempo que los usuarios de la prensa tienen una escasa comprensión de los mismos.

La prensa peruana se allana también a la corrección de sus errores. Ello se desprende del análisis realizado sobre las numerosas resoluciones del Tribunal de Ética del Consejo de la Prensa Peruana. La mayor parte de ellas han sido favorables a los recurrentes, determinando algún tipo de amonestación al medio respectivo, que en la generalidad de los casos han sido debidamente acatadas.

La consecuencia de esta conclusión final debiera llevar a los gremios representativos de los profesionales de la prensa y a los propios medios de comunicación a profundizar en la creación de los documentos y organismos que la doctrina reconoce en materia de autorregulación de la prensa. Para ello se dispone de valiosos referentes universales, sobre todo a partir de amplios estudios sobre los códigos deontológicos, y de la experiencia de comisiones de quejas y Tribunales de Ética de los Consejos de Prensa en el mundo.

## **Bibliografía y hemerografía**





## 1. Sobre ética y aspectos teóricos de la comunicación

ADORNO, Theodor W. (1984): *Crítica Cultural y Sociedad*. Madrid, Sarpe.

— (1991): *Actualidad de la Filosofía*. Barcelona, Paidós.

AGEJAS ESTEBAN, José Ángel (2002): “*Ética: realización personal y desarrollo social*”. En AGEJAS ESTEBAN, José Ángel y SERRANO OCEJA, Francisco José (coordinadores): *Ética de la comunicación y de la información*. Barcelona, Ariel Comunicación, Capítulo 1.

ALADRO VICO, Eva (1999): *Teoría de la Información y la Comunicación efectiva*. Madrid, Fragua.

ALBIZU, Edgardo (1988): “*La teoría del actuar comunicativo de Jürgen Habermas*”. En *Diálogos de la Comunicación* N° 20, Lima, FELAFACS. Recuperado el 5 de setiembre de 2007 en: [http://www.dialogosfelafacs.net/77/dialogos\\_epoca-20.php](http://www.dialogosfelafacs.net/77/dialogos_epoca-20.php).

ALFARO MORENO, Rosa María (1993): *Una comunicación para otro desarrollo*. Lima, Asociación de Comunicadores Sociales Calandria.

ALTHUSSER, Louis (1985): *Curso de Filosofía para Científicos*. Barcelona, Planeta-Agostini.

— (1997): *Écrits Philosophiques et Politiques*. París, Stock/Imec.

APEL, Karl Otto (1998): *Teoría de la verdad y ética del discurso*. Barcelona-Buenos Aires-México, Paidós, segunda reimpresión.

ARISTA MONTOYA, Luis (2003): *Bases teóricas para el consenso. Diálogo con el filósofo Jürgen Habermas*. Lima, Quipu.

BARROSO ASENJO, Porfirio (1982): “*Ética y Ciencia*”. En *Arbor. Ciencia, Pensamiento y Cultura*, tomo CXI, N° 433, Madrid, pp. 37-45.

— (2003): *Proyecto Docente e Investigador. Ética y Deontología de la Información Periodística*. Madrid, edición del autor.

— (2007): *Ética y Deontología Informática*. Madrid, Fragua, tercera edición.

BARTHES, Roland (1990): *La aventura semiológica*. Barcelona, Paidós.

— (2005): *Crítica y Verdad*. México, Siglo Veintiuno.

BENITO JAÉN, Ángel (1982): *Fundamentos de Teoría General de la Información*. Madrid, Pirámide.

- BELTRÁN, Luis Ramiro (1993): *Comunicación para el desarrollo en Latinoamérica. Una evaluación sucinta al cabo de cuarenta años*. Discurso de inauguración de la IV Mesa Redonda sobre Comunicación y Desarrollo organizada por el Instituto para América Latina (IPAL) en Lima, Perú, entre el 23 y el 26 de febrero de 1993. Recuperado el 20 de marzo de 2007 en: <http://www.infoamerica.org/articulos/beltran1.htm>.
- BENJAMIN, Walter (1967): *Ensayos escogidos*. Buenos Aires, Sur.
- (1971): *Sobre el programa de la filosofía futura y otros ensayos*. Montevideo, Monte Ávila.
- BERLO, David (1960): *The process of communication: an introduction to theory and practice*. New York, Holt, Rinehart and Winston.
- BLÁZQUEZ, Niceto (2002): *La nueva ética en los medios de comunicación*. Madrid, BAC.
- BLUMLER, Jay G. y MCQUAIL, Denis (1968): *Television in politics: its uses and influence*. London, Faber and Faber.
- (1974): *The Uses of Mass Communications*. Londres, Sage.
- BRAJNOVIC, Luka (1979): *El ámbito científico de la información*. Pamplona, Eunsa.
- BUNGE, Mario (1996): *Ética, Ciencia y Técnica*. Buenos Aires, Sudamericana.
- COMMISSION ON FREEDOM OF THE PRESS (1947): *A free and responsible press. A general report on Mass Communication: Newspapers, Radio, Motion Pictures, Magazines, and Books*. Chicago, University of Chicago Press.
- COMTE, Auguste (2007): *Discurso sobre el espíritu positivo*. Madrid, Alianza Editorial.
- CORTINA, Adela (1995): *Ética sin moral*. Madrid, Tecnos, tercera edición.
- (2000): *Ética Mínima*. Madrid, Tecnos, sexta edición.
- CHOMSKY, Noam (1992): *Ilusiones necesarias. Control de pensamiento en las sociedades democráticas*. Madrid, Prodhufi.
- y RAMONET, Ignacio (1997): *Cómo nos venden la moto*. Barcelona, Icaria.
- DANCE, Frank (1970): "A Helical Model of Communication". En SERENO, K.K. y MORTENSEN, C.D. (eds.): *Foundations of Communication Theory*. Nueva York, Harper and Row, pp. 103-107.

- DE FLEUR, Melvin (1983): *Teoría de la Comunicación Masiva*. Buenos Aires, Paidós.
- DORFMAN, Ariel y MATTELART, Armand (1972): *Para leer al Pato Donald*. Valparaíso, Ediciones Universitarias de Valparaíso.
- (1985): *Patos, elefantes y héroes: la infancia como subdesarrollo*. Buenos Aires, Ediciones de la Flor.
- FERNÁNDEZ, Sergio Pablo (1997): “Habermas y la teoría crítica de la sociedad. Legado y diferencias en Teoría de la Comunicación”. En *Cinta de Moebio* N° 1. Revista Electrónica de Epistemología de Ciencias Sociales. Santiago de Chile, Universidad de Chile. En: <http://rehue.csociales.uchile.cl/publicaciones/moebio/01/frames30.htm>
- FESTINGER, Leon (1975): *Teoría de la disonancia cognoscitiva*. Madrid, Instituto de Estudios Políticos.
- FUENZALIDA, Valerio y HERMOSILLA, María Elena (1989): *Televisión del mundo rural: Estudios de recepción televisiva*. Santiago de Chile, Corporación de Promoción Universitaria.
- GARCÍA, Antonio (1980): *¿Comunicación para la dependencia o para el desarrollo?* Quito, CIESPAL.
- GARCÍA CANCLINI, Néstor (1990): *Culturas híbridas. Estrategias para entrar y salir de la modernidad*. México, Grijalbo.
- (1997): *Cultura y Comunicación: entre lo global y lo local*. La Plata, Universidad de la Plata.
- (2006): *Diferentes, desiguales y desconectados: mapas de la interculturalidad*. Barcelona, Gedisa.
- GONZÁLEZ, Jorge A. (2001): “Frentes culturales: para una comprensión dialógica de las culturas contemporáneas”. En *Estudios sobre las Culturas Contemporáneas*, vol. VII N° 14 (segunda época), pp. 9-45.
- GRAMSCI, Antonio (1986): *Introducción a la Filosofía de la Praxis*. Barcelona, Planeta-Agostini.
- (2000): *Los intelectuales y la organización de la cultura*. Buenos Aires, Nueva Visión.
- HABERMAS, Jürgen (2000): *Conciencia moral y acción comunicativa*. Barcelona, Península, sexta edición.
- HALL, Stuart (1973): *Encoding and decoding in the television discourse: paper for the Council of Europe Colloquy on “Training in the Critical*

- Reading of Televisual Language*". Birmingham, Centre for Contemporary Cultural Studies.
- y DU GAY, Paul (2003): *Cuestiones de identidad cultural*. Madrid, Amorrortu.
- HERZOG, Herta (1941): "On Borrowed Experience. An Analysis of Listening to Daytime Sketches". En *Studies in Philosophy and Social Science*, vol. 9, N°. 1, pp. 65-95.
- HORKHEIMER, Max (1969): *Crítica de la razón instrumental*. Buenos Aires, Sur.
- y ADORNO, Theodor W. (1994): *Dialéctica de la ilustración*. Fragmentos filosóficos. Madrid, Trotta.
- HOVLAND, Carl I, JANIS, Irving L. y KELLEY, Harold H (1966): *Communication and persuasion: psychological studies of opinion change*. New Haven, Yale University Press.
- ; LUMSDAINE, A. y SHEFFIELD, F. D. (1965): *Experiments on mass communications*. New York, John Wiley.
- KATZ, E. y LAZARSFELD, P. F. (1979): *La influencia personal. El individuo en el proceso de comunicación de masas*. Barcelona, Hispano Europea.
- KLAPPER, Joseph T. (1960): *Effects of mass communication*. New York, Free Press.
- (1982): "Los efectos sociales de la comunicación de masas". En SCHRAMM, Wilbur (compilador): *La ciencia de la comunicación humana*. México, Grijalbo, pp. 79-92.
- KUNCZIC, Michael (1992): *Desarrollo y Comunicación. Sobre la importancia de la comunicación en el proceso de desarrollo*. Bonn, Fundación Friedrich Ebert.
- LEWIN, Kurt (1969): *Dinámica de la personalidad*. Madrid, Morata.
- (1978): *La teoría del campo en la ciencia social*. Buenos Aires, Paidós.
- LASSWELL, Harold (1936): *Politics: Who Gets What, When, How*. New York, McGrawHill.
- (1965): *World Politics and Personal Insecurity*. New York, Free Press.
- (1974): *La política como reparto de influencia*. Madrid, Aguilar.

- (1985): “Estructura y función de la comunicación en la sociedad”. En MORAGAS SPA, Miquel (editor): *Sociología de la Comunicación de Masas* (vol. II). Barcelona, Gustavo Gili, pp. 50-68. Publicación original en BRYSON, Lyman (1948): *The communication of ideas*. Nueva York, Harper & Row.
- LAZARSFELD, Paul; BERELSON, B. y GAUDET, H. (1962). *El pueblo elige. Cómo decide el pueblo en una campaña electoral*. Buenos Aires. Ediciones 3.
- y KATZ, Elihu (1979): *La Influencia personal: el individuo en el proceso de comunicación de masas*. Barcelona, Hispano-Europea.
- y MENZEL, Herbert (1982): “Medios de comunicación colectiva e influencia personal”. En SCHRAMM, Wilbur (compilador) (1982): *La ciencia de la comunicación humana*. México, Grijalbo, pp. 113-138.
- LECAROS, María José (1984): “Contenido y conclusiones de la Comisión Hutchins”, en *Cuadernos de Información* N° 1, Santiago, Pontificia Universidad Católica de Chile, pp. 91-103.
- LEÓN, Andrés (1987): “Políticas de comunicación para el desarrollo”. En INSTITUTO PARA AMÉRICA LATINA: *Comunicación y desarrollo*. Lima, IPAL, pp. 45-70.
- LOZANO RENDÓN, José Carlos (1997): *Teoría e investigación de la comunicación de masas*. México, Alambra Mexicana, segunda reimpresión.
- LLANO, Alejandro (1980): “Notas sobre las relaciones entre ética y política”. En AA.VV.: *Ética y teología ante la crisis contemporánea*. Pamplona, EUNSA, pp. 429-438.
- MCBRIDE, Sean et al. (1993): *Un solo mundo voces múltiples. Comunicación e información en nuestro tiempo*. México, Fondo de Cultura Económica. Tercera reimpresión.
- MCCOMBS, Maxwell E. y SHAW, Donald L. (1972): “The Agenda-Setting Function of Mass Media”. En *The Public Opinion Quarterly*, vol. 36, N° 2, pp. 176-187.
- MCLUHAN Marshall (1968): *Pour comprendre les Media*. París, Editions du Senil.
- (1996): *Comprender los medios de comunicación. Las extensiones del ser humano*. Barcelona, Paidós.
- MARCUSE, Herbert (1969): *Cultura y Sociedad*. Buenos Aires, Sur.

- (1981): *El hombre unidimensional: Ensayo sobre la ideología de la sociedad avanzada*. Barcelona, Ariel.
- (1986): *Ensayos sobre política y cultura*. Barcelona, Planeta-Agostini.
- MARRO, Mabel S. y DELLAMEA, Amalia B. (1995): *La comunicación social. Elementos, claves y proyecciones*. Buenos Aires, Docencia, segunda edición.
- MARTÍN BARBERO, Jesús (1987): *De los medios a las mediaciones*. Barcelona, G. Gili.
- (1987): *Comunicación y culturas populares en Latinoamérica*. México, G. Gili.
- (1992): *Televisión y melodrama*. Bogotá, Tercer Mundo.
- (1994): “La comunicación, centro de la modernidad. Una peculiar relación en América Latina”. En *Telos*, Nº 36, Madrid, pp. 39-46.
- y REY, Germán (2000): *Los ejercicios del ver. Hegemonía audiovisual y ficción televisiva*. Barcelona, Gedisa.
- MATTELART, Armand; PICCINI, Mabel y MATTELART, Michèle (1970): *Los medios de comunicación de masas. La ideología de la prensa liberal*. Santiago de Chile, Cuadernos de la Realidad Nacional.
- y MATTELART, Michèle (1980): *Los medios de comunicación en tiempos de crisis*. México, Siglo XXI.
- (1985): *La cultura como empresa multinacional*. México, Era.
- y MATTELART, Michèle (1987): *Pensar sobre los medios*. Madrid, Fundesco.
- y MATTELART, Michèle (1997): *Historia de las teorías de la comunicación*. Barcelona, Paidós.
- (1998): *Agresión desde el espacio: Cultura y napalm en la era de los satélites*. México, Siglo Veintiuno.
- (1998): *La mundialización de la comunicación*. Barcelona, Paidós.
- y MATTELART, Michèle (2000): *Pensar los medios: comunicación y crítica social*. Santiago de Chile, LOM.
- (2006): *Diversidad cultural y mundialización*. Barcelona, Paidós.

- MERTON, Robert (1946): *Mass persuasion: the social psychology of a war bond drive*. New York, Harper, cop.
- (2002): *Teoría y estructura sociales*. México, Fondo de Cultura Económica.
- MORLEY, David (1996): *Televisión, audiencias y estudios culturales*. Buenos Aires, Amorrortu.
- OROZCO, Guillermo (2001): *Televisión, audiencias y educación*. Buenos Aires, Norma.
- (2002): *Recepción y mediaciones*. Buenos Aires, Norma.
- OTERO, Edison (2000): “*Diálogo con Elihu Katz*”. En *Talón de Aquiles*, N° 8, Santiago de Chile, Universidad Única, pp. 18-22.
- PARSONS, Talcott (1968): *La estructura de la acción social: estudio de teoría social con referencia a un grupo de recientes escritores europeos*. Madrid, Guadarrama.
- (1982): *El sistema de las sociedades modernas*. México, Trillas.
- (1999): *El sistema social*. Madrid, Alianza.
- PIÑUEL, José Luis y LOZANO, Carlos (2006): *Ensayo general sobre la comunicación*. Barcelona, Paidós.
- PRIETO CASTILLO, Daniel (1978): *Retórica y manipulación masiva*. México, EDICOL.
- (1979): *Discurso autoritario y comunicación alternativa*. México, EDICOL.
- (1994): *La televisión, críticas y defensas*. Mendoza, Ministerio de Cultura y Tecnología.
- ROGERS, Everett M. (1962): *Diffusion of innovations*. New York, Free Press of Glencoe.
- y SHOEMAKER F. Floyd (1971): *Communication of innovations: a cross-cultural approach*. New York, The Free Press y London, Collier-Macmillan, cop.
- (1973): *La modernización entre los campesinos*. México, Fondo de Cultura Económica.
- RUSSELL, Bertrand (1956): *Religión y Ciencia*. México, Fondo de Cultura Económica.
- (1984): *Sociedad humana: ética y política*. Madrid, Cátedra.



- SAPERAS LAPIEDRA, Enric (1985): “*Comunicación y anticipación utópica. Contribuciones de la Teoría Crítica de la Escuela de Frankfurt a la sociología de la comunicación*”. En DE MORAGAS, Miquel (editor): *Sociología de la comunicación* (Vol I). Barcelona, Gustavo Pili, pp. 163-178.
- SCHRAMM, Wilbur (1949): *Mass communications*. Urbana, University of Illinois.
- (1954): *The process and effects of mass communication*. Urbana, University of Illinois Press.
- (1964): *Mass media and national development: the role of information in the developing countries*. Stanford, Stanford University Press y Paris, UNESCO.
- (1964): *Proceso y efectos de la comunicación colectiva*. Quito, CIESPAL.
- (1982): “*Investigación acerca de la comunicación en los Estados Unidos*”. En SCHRAMM, Wilbur (compilador): *La ciencia de la comunicación humana*. México, Grijalbo, pp. 3-20.
- SERVAES, Jan (2000): “*Comunicación para el desarrollo: tres paradigmas, dos modelos*”. En *Temas y Problemas de Comunicación*, vol. 10, Universidad de Río Cuarto, pp. 5-27.
- SHANNON, Claude E. y WEAVER, Warren (1981): *Teoría matemática de la comunicación*. Madrid, Forja.
- SINGHAL, Arvind y OBREGÓN, Rafael (2005): “*Comunicación, Desarrollo y Cambio Social. Diálogo con Everett M. Rogers*”. En *Diálogos de la Comunicación*, N° 71, FELAFACS, pp. 86 a 94.
- WHITE, Robert (1988): “*Factores sociales y políticos en el desarrollo de la ética de la comunicación*”. En *Diálogos de la Comunicación*, N° 22, FELAFACS, pp. 79-101.
- (1989): “*La teoría de la comunicación en América Latina. Una visión europea de sus contribuciones*”. En *Telos*, N° 19, pp. 43 a 54.
- ZECCHETO, Victorino (1986): *Comunicación y actitud crítica*. Buenos Aires, Paulinas.

## 2. Sobre ética y periodismo

- AGNESE, Gino (1991): “*Diritto a che cosa?*”. En JACOBELLI, Jader (a cura di): *Verso il diritto all'informazione*. Bari, Laterza & Figli, pp.3-6.
- ANSUÁTEGUI ROIG, Francisco Javier (1994): *Orígenes doctrinales de la*

*libertad de expresión*. Madrid, Universidad Carlos III de Madrid y Boletín Oficial del Estado (España).

ARGANDOÑA, Antonio (1999). “*La enseñanza de la ética por el método del caso*”. En FLECHA, J. R. (editor): *Europa: ¿mercado o comunidad? De la Escuela de Salamanca a la Europa del Futuro*. Salamanca, Publicaciones Universidad Pontificia, pp. 217-236.

ARISTÓTELES (1985): *Ética Nicomáquea. Ética eudemia*. Madrid, Gredos.

ARREGUI, Vicente J. y CHOZA J. (1993): *Filosofía del hombre. Una antropología de la intimidad*. Madrid, Rial, tercera edición.

AYALA CORAO, Carlos (2000): “*El derecho humano a la libertad de expresión: límites aceptados y responsabilidades ulteriores*”. En *Jus et Praxis*, vol. 6, Nº 001, Universidad de Talca, pp. 33-52.

AZNAR, Hugo (1997): “*El debate sobre la profesionalización del Periodismo*”. En *ZER, Revista de Estudios de Comunicación* Nº 3, pp. 129-152.

— (2005): *Ética de la comunicación y nuevos retos sociales*. Buenos Aires-Barcelona- México, Paidós.

BAKER, Sherry (1997): “*Applying Kidder’s Ethical Decision-Making Checklist to Media Ethics*”. En *Journal of Mass Media Ethics* vol. 12 Nº 4, pp. 197-210.

BARNEY, Ralph D. (1997): “*‘Journals’ as Dialogue Assignments in Ethics Courses*”. En *Journal of Mass Media Ethics* vol. 12 Nº 4, pp. 243-245.

BARROSO ASENJO, Porfirio (1985): *Fundamentos deontológicos de las ciencias de la información*. Barcelona, Mitre.

— (1987): “*Relación Ética-Derecho y límites al Derecho de la Información*”. En BELL MALLÉN, Ignacio, GONZÁLEZ BALLESTER, Teodoro y LÓPEZ YÉPEZ, José (responsables): *Información y Derecho de la Información. Homenaje al profesor José María Desantes Guanter*, Madrid, Fragua, pp. 61-71.

— (1991): “*Ética de la Comunicación*” (voz). En BENITO, Ángel (director): *Diccionario de Ciencias y Técnicas de la Comunicación*. Madrid, Ediciones Paulinas.

— y LÓPEZ TALAVERA, María del Mar (1998): *La libertad de expresión y sus límites constitucionales*. Madrid, Fragua.

— (1999): “*Retórica y Ética*”. En *Cuadernos de Información y Comunicación*, Nº 4, Universidad Complutense de Madrid, pp. 89-109.

- (2000): “*Profesionalidad y responsabilidad del informático*”. En *Studium*, vol. XL, Institutos Pontificios de Teología y Filosofía, pp. 133-159.
- (2004): “*La enseñanza de la ética en los departamentos de filosofía en las universidades de California. USA*”. En *Studium* vol. XLIV, pp. 183-196.
- (2007): *Ética y deontología informática*. Madrid, Fragua, tercera edición.
- BASSO, Domingo M. (1998): *Ética*. Buenos Aires, Abeledo-Perrot.
- BECELLONI, Giovanni (1991): “*Il diritto a non essere imbrogliati*”. En JACOBELLI, Jader (a cura di): *Verso il diritto all'informazione*. Bari, Laterza & Figli, pp. 7-11.
- BEL MALLEN, José Ignacio (1986): “*Puntos de partida para un futuro status de la profesión periodística*”. En *Revista de Ciencias de la Información* N° 3, Universidad Complutense de Madrid, pp. 185-196.
- BERIA DI ARGENTINE, Adolfo (1991): “*Dalla libertà al diritto*”. En JACOBELLI, Jader (a cura di): *Verso il diritto all'informazione*. Bari, Laterza & Figli, pp. 12-17.
- BERTRAND, Claude-Jean (2000): *Media Ethics and Accountability Systems*. New Brunswick (U.S.A.), Transaction Publishers.
- BIANCO, Rosanna (1997): *Il diritto del giornalismo. Guida alla professione*. Padova, CEDAM.
- BIRKHEAD, Douglas (1997): “*Should Professional Competence Be Taught as Ethical?*”. En *Journal of Mass Media Ethics* vol. 12 N° 4, pp. 211-220.
- BLÁZQUEZ, Niceto (1994): *Ética y medios de comunicación*. Madrid, BAC.
- (2006): *Foro Ético Mundial y Medios de Comunicación*. Madrid, Visión Net.
- BONETE PERALES, Enrique (1995): “*De la ética filosófica a la deontología periodística*”. En BONETE PERALES, Enrique (coordinador): *Éticas de la información y deontologías del periodismo*. Madrid, Tecnos, pp. 17-52.
- BRAJNOVIC, Luka (1978): *Deontología Periodística*. Pamplona, EUNSA.
- BRISLIN, Tom y WILLIAMS, Nancy (1996): “*Beyond Diversity: Expanding the Canon in Journalism Ethics*”. En *Journal of Mass Media Ethics* vol. 11 N° 1, pp. 16-27.

- BUGEJA, Michael (1993): “*Journalism students seek greater truth*”. En *Editor and Publisher* vol. 120 June 27, p. 34.
- CAMPS, Victoria (1989): *La reconstrucción de lo público y lo íntimo*. En CASTILLA DEL PINO, Carlos (editor): *De la intimidad*. Barcelona, Grijalbo.
- CARBAJO NÚÑEZ, Martín: (2004): “*Intimidad, exhibicionismo y deontología periodística*”. En *Antoniano*, LXXIX, Universidad Pontificia Antoniano, pp. 101-128.
- CARMONA SALGADO, Concepción (1991): *Libertad de expresión e información y sus límites*. Madrid, EDESA.
- CARRERAS DE SERRA, Lluís (1996): *Régimen jurídico de la información. Periodistas y medios de comunicación*. Barcelona, Ariel.
- CHIARENZA, Franco (1991): “*Servizio pubblico sì e no*”. En JACOBELLI, Jader (a cura di): *Verso il diritto all'informazione*. Bari, Laterza & Figli, pp. 41-44.
- CHRISTIANS, Clifford G. y COVERT, Catherine L. (1980): *Teaching Ethics in Journalism Education*. New York, Hastings Center.
- ; FERRE, John P. y FACKLER, Mark (1993): *Good News: Social Ethics and the Press*. New York, Oxford University Press.
- (1995): “*Review Essay: Current Trends in Media Ethics*”. En *European Journal of Communication* vol. 10, Nº 4, pp. 545-558.
- (2007): “*Utilitarianism in Media Ethics and its Discontents*”. En *Journal of Mass Media Ethics* vol. 22 Nº 2 y 3, pp. 113-131.
- CODINA, Mónica (2001): “*Una ética para la profesión*”. En CODINA, Mónica (editora): *De la ética desprotegida. Ensayos sobre deontología de la comunicación*. Pamplona, EUNSA, pp. 11-19.
- COLEMAN, Renita y WILKINS, Lee (2002): “*Searching for the Ethical Journalist: An exploratory study of de Moral Development of News Workers*”. En *Journal of Mass Media Ethics* vol. 17 Nº 3, pp. 209-225.
- CORTINA, Adela (1986): *Ética Mínima*, Madrid, Tecnos.
- (1995): *Razón Comunicativa y Responsabilidad Solidaria*. Salamanca, Sígueme.
- (1996): *El quehacer ético. Guía para la educación moral*. Madrid, Santillana.

- (1997): *Ética Aplicada y Democracia Radical*. Madrid, Tecnos, segunda edición.
- (2000): “*El sentido de las profesiones*”. En CORTINA, Adela y CONILL, Jesús (directores): *10 palabras claves en ética de las profesiones*. Estella (Navarra), Verbo Divino, pp. 13-28.
- CUYÁS, Manuel (1974): “*La ética de situación, sus causas y aportaciones positivas*”. En *Anales de Moral Social y Económica*, Nº 35, Madrid, pp. 23-48.
- DE GREGORIO, Doménico (1966): *Metodología del Periodismo*. Madrid, Rialp.
- DERIEUX, Emmanuel (2004): “*El Derecho de la Información a la luz de los Derechos Humanos*”. En VIDAL CLIMENT, Vicente y GARCÍA MANGLANO, Miguel: *Información, Libertad y Derechos Humanos. La enseñanza de la ética y del derecho de la información*. Valencia, Fundación COSO de la Comunidad Valenciana para el Desarrollo de la Comunicación y la Sociedad, pp. 17-29.
- DESANTES GUANTER, José María (1976): *La verdad en la información*. Valladolid, Servicio de Publicaciones de la Diputación Provincial de Valladolid.
- (1994): *La información como deber*. Buenos Aires, Editorial Ábaco de Rodolfo Depalma.
- DÍAZ DEL CAMPO LOZANO, Jesús (2004): *La enseñanza de la ética periodística en la Unión Europea*. Madrid, Universidad Complutense de Madrid. Tesis Doctoral dirigida por Porfirio Barroso Asenjo.
- ECHANIZ, Arantza y PAGOLA, Juan (2004): *Ética del profesional de la comunicación*. Bilbao, Desclee.
- ESQUIVEL HERNÁNDEZ, José Luis (2008): “*Cien años de enseñar*”. En *Revista Mexicana de Comunicación*, Nº 109. Recuperado el 23 de abril de 2008 en:  
[http://www.mexicanadecomunicacion.com.mx/Tables/rmxc/rmc109\\_12.htm](http://www.mexicanadecomunicacion.com.mx/Tables/rmxc/rmc109_12.htm).
- FILLIPPI M., Emilio (1991): *La profesión de periodista: una visión ética*. Santiago de Chile, Atena.
- FLETCHER, Joseph (1970): *Ética de Situación*. Barcelona, Ariel.
- GOODWIN, Eugene (1994): *A la búsqueda de una ética en el periodismo*. México, Gernika, tercera edición.

- GONZÁLEZ BEDOYA, Jesús (1987): *Curso de Ética*. Barcelona, Mitre.
- GONZÁLEZ PORTELA, María Luján (2008): *Libertad y responsabilidad de la prensa en el autocontrol y en la enseñanza de la ética en cinco países andinos*. Madrid, Universidad Complutense de Madrid. Tesis Doctoral dirigida por Porfirio Barroso Asenjo.
- GRIJELMO, Álex (2001): *El estilo del periodista*. Madrid, Taurus.
- HABERMAS, Jürgen (1998): *Escritos sobre Moralidad y Eticidad*. Barcelona, Paidós.
- HAMELINK, Cees (1979): “*Periodismo: principios éticos en los códigos y en la práctica*”. En RUIZ ELDREDGE, Alberto (compilador): *El desafío jurídico de la comunicación internacional*. México, Instituto Latinoamericano de Estudios Transnacionales, pp. 125-150.
- HANSON, Gary (2002): “*Learning Journalism Ethics: The Classroom Versus the Real World*”. En *Journal of Mass Media Ethics* vol. 17 N° 3, pp. 235-247.
- HERRÁN, María Teresa y RESTREPO, Javier Darío (1991): *Ética para periodistas*. Valencia, Tercer Mundo Editores.
- HILL, Iván (1977): *The Ethical Basis of Economic Freedom*. North Carolina, American Viewpoint.
- INSTITUTE OF SOCIETY, ETHICS AND THE LIFE SCIENCES (1980): *The Teaching of Ethics in Higher Education. A report by The Hastings Center*. New York, Hasting Center.
- JOHNSON, Deborah B. (1996): *Ética Informática* (traducción de Porfirio Barroso). Madrid, Universidad Complutense de Madrid.
- JONAS, Hans (1984): *The imperative of responsibility: in search of an ethics for the technological age*. Chicago. The University of Chicago Press.
- KANT, Immanuel (2002): *Lecciones de ética*. Barcelona, Crítica.
- LOCKE, John (2005): *Carta sobre la tolerancia*. Madrid, Tecnos.
- LÓPEZ ARANGUREN, José Luis (1976): *Ética*. Madrid, Alianza Editorial.
- LÓPEZ CASTELLÓN, Enrique (1978): “*Fundamentación de la Ética*”. En *Suplemento al Diccionario Enciclopédico de Teología Moral*. Madrid, Paulinas.
- LÓPEZ DE ZUAZO, Antonio (1995): “*Origen y evolución del término ‘periodista’*”. En *Estudios sobre el mensaje periodístico* N° 2, Universidad Complutense de Madrid, pp. 45-52.

- LÓPEZ REYES, Óscar (1995): *La ética en el periodismo*. Santo Domingo, Banco Central de la República Dominicana.
- MARX, Carlos, ENGELS, Federico *et al.* (1966): *Ética Marxista*. Buenos Aires, Ediciones Cartago.
- MENÉNDEZ, Aquiles (1977): *Ética Profesional*. México, Herrero Hermanos, décima edición.
- MERRIL, John Calhoun (1982): *El imperativo de la libertad. Filosofía de la autonomía periodística*. México, Edamex.
- (1975): *Ethics and the press*. New York, Hasting House.
- (2007): *La Ética del Periodismo. Fundamentos filosóficos de los nuevos medios de información* (traducido del inglés por Porfirio Barroso Asenjo). Quito. Universidad Técnica Particular de Loja.
- MESSNER, Johannes (1969): *Ética general y aplicada. Una ética para el hombre de hoy*. Madrid, Rialp.
- MIRANDO, Joseph A. (1998): “Lessons on Ethics in News Reporting Textbooks, 1867-1997”. En *Journal of Mass Media Ethics* vol. 13 N° 1, pp. 26-39.
- MONTAIGNE, Michael de (2007): *Los ensayos*. Barcelona, El Acantilado.
- MOORE, George Edward (2002): *Principia Ethica*. Barcelona, Crítica.
- MORO, Tomás (1999): *Utopía*. Madrid, Espasa Calpe, cuarta edición.
- MUÑOZ TORRES, Juan Ramón (1987): “Sobre el interés informativo y la dignidad humana”. En INNERARITY, Daniel y VAZ, Aires (editores): *Información y derechos humanos. Actas de las I Jornadas de Ciencias de la Información*. Pamplona, Ediciones Universidad de Navarra.
- NIETZSCHE, Friedrich (1983): *El Anticristo*. México, Editores Mexicanos Unidos.
- (1992): *Así habló Zarathustra*. Barcelona, Planeta Agostini.
- ORTEGA, Félix y HUMANES, María Luisa (2000): “Periodistas del siglo XXI. Sus motivaciones y expectativas profesionales”. En *Cuadernos de Información y Comunicación* N° 5, Universidad Complutense de Madrid, pp. 153-170.
- PASCUAL, Pedro (1993): *La libertad de expresión, un bien escaso*. Madrid,

Universidad Politécnica de Madrid.

PAYNE, Nancy (1992): *Teaching the “unteachable”. Toward a model for ethics instruction in Canadian university schools of journalism*. Ottawa, Carleton University. Tesis para obtener el grado de Master en Periodismo.

PECES-BARBA MARTÍNEZ, Gregorio (1995): “Crisis del discurso clásico sobre la libertad de expresión”. En RAMÍREZ, Manuel (director): *El derecho a la información*. Zaragoza, Libros Pórtico.

PEINADOR NAVARRO, Antonio (1969): *Tratado de Moral Profesional*. Madrid, BAC.

PÉREZ DELGADO, Esteban (1973): “Perfiles cristianos de la ética de situación”. En revista *Pentecostés*, vol. XI, pp. 293-318.

RAMOS FERNÁNDEZ, Luis Fernando (1996): *La ética de los periodistas. La elaboración del código deontológico, influencias y desarrollo histórico*. Pontevedra, Diputación de Pontevedra.

— (1998): *La profesión periodística en España. Estatuto jurídico y deontología profesional*. Pontevedra, Diputación de Pontevedra.

REIS, Raúl (2000): “Teaching Media Ethics in a Multicultural Setting”. En *Journal of Mass Media Ethics* vol. 15, Nº 3, pp. 194-205.

RESTREPO, Javier Darío (2006): *40 Lecciones de Ética*. Caracas, Melvin.

RICHARDSON, Brian (1994): “Four Standards for Teaching Ethics in Journalism”. En *Journal of Mass Media Ethics* vol. 9 Nº 2, pp. 109-117.

ROBLES, Laureano (1979): *El estudio de la Ética en España (Del siglo XII al XX)*. Salamanca, Calatrava.

RODRÍGUEZ DE YURRE GARAY, Gregorio (1969): *Ética*. Vitoria, Eset, tercera edición.

RODRÍGUEZ PANIAGUA, José María (1977): *Derecho y Ética*. Madrid, Tecnos.

SANABRIA, José Rubén (1976): *Ética*. México, Porrúa.

SÁNCHEZ CORREDERA, Silverio (2003): “Los conflictos entre Ética, Moral y Política: criterios para su negociación”. En *Cuadernos de Información y Comunicación*, vol. 8, pp. 39-60.

SÁNCHEZ GÓNZALEZ, Santiago (1992): *La libertad de expresión*. Madrid, Marcial Pons Ediciones Jurídicas.



- SÁNCHEZ VÁZQUEZ, Adolfo (1978): *Ética*. Barcelona. Grijalbo.
- SARTRE, Jean Paul (1996): *El existencialismo es un humanismo*. Madrid, Santillana.
- SCHELER, Max (2001): *Ética: nuevo ensayo de fundamentación de un personalismo ético*. Madrid, Caparrós.
- SIMON, René (1978): *Moral*. Barcelona, Herder.
- SORIA, Carlos (1984): "Determinación y aplicación de la ética informativa". En *Cuadernos de información*, N° 1, Pontificia Universidad Católica de Chile, pp.85-90.
- (1988): "Más allá del capitalismo informativo". En *Cuadernos de Información*, N° 4-5, Pontificia Universidad Católica de Chile, pp. 4-21.
- STUART MILL, John (2008): *Sobre la Libertad*. Madrid. Tecnos.
- SUANCES MARCOS, Manuel A. (1976): *Max Scheler. Principios de una ética personalista*. Barcelona, Herder.
- TOCQUEVILLE, Alexis de (1985): *La democracia en América*. Barcelona, Orbis.
- THOMASS, Barbara (2000): "How journalism ethics is taught around Europe: three examples". En PATTYN, Bart (editor): *Media Ethics. Opening Social Dialogue*. Leuven (Bélgica), Peeters, pp. 375-389.
- URREA HENAO, Ana Lucía (2005): *Elementos para la enseñanza de la filosofía moral en el programa de Filosofía de la Universidad del Quindío*. Armenia (Colombia), Universidad de Manizales. Tesis de Maestría en Educación. Recuperado el 17 de agosto de 2008 en: [http://64.233.169.104/search?q=cache:OSnZe\\_r\\_d98J:correo.umanizales.edu.co/tesis/MaeEdudo/Tesis%2520Filosofia%2520Moral%2520-2520Ana%2520Lucia%2520Henao%2520corr.pdf+%22Ense%C3%B1anza+de+la+%C3%A9tica%22&hl=es&ct=clnk&cd=257&gl=pe](http://64.233.169.104/search?q=cache:OSnZe_r_d98J:correo.umanizales.edu.co/tesis/MaeEdudo/Tesis%2520Filosofia%2520Moral%2520-2520Ana%2520Lucia%2520Henao%2520corr.pdf+%22Ense%C3%B1anza+de+la+%C3%A9tica%22&hl=es&ct=clnk&cd=257&gl=pe)
- URZÚA ARACENA, Mario (2005): *Periodismo y Ética. Temas actuales*. Santiago (Chile), Centro de Estudios Bicentenario.
- VÁZQUEZ FERNÁNDEZ, Francisco (1983): *Fundamentos de Ética Informativa*. Madrid, Ediciones Forja.
- (1991): *Ética y Deontología de la Información*. Madrid, Paraninfo.

- (1996): *Periodismo Valorativo (Casos ético-deontológicos de actualidad)*. Madrid, CARPERI.
- VILLANUEVA, Ernesto (1996): *Códigos Europeos de Ética Periodística*. México, Fundación Manuel Buendía.
- (2000): “*Deontología Informativa ¿para qué?*” En AZNAR, Hugo y VILLANUEVA, Ernesto (coordinadores): *Deontología y autorregulación informativa: Ensayos desde una perspectiva comparada*. México, Universidad Iberoamericana, pp. 15-31.
- (2002): *Deontología Informativa. Códigos deontológicos de la prensa escrita en el mundo*. México, Universidad Iberoamericana, segunda edición.
- VIZCARRA, Silvia (2002): *La responsabilidad social del periodista, frente a la noticia como mercancía*. En *Revista Latina de Comunicación Social*, N° 46. Recuperado el 15 de setiembre de 2008 de:  
<http://www.ull.es/publicaciones/latina/2002/latina46enero/4602vizcarra.htm>.
- WARREN, Samuel y BRANDEIS, Louis (1995): *El derecho a la intimidad*. Madrid, Civitas.
- WHITE, Robert (1988): “*Factores sociales y políticos en el desarrollo de la ética de la comunicación*”. En *Diálogos de la Comunicación*, N° 22, FELAFACS, pp. 79-101.

### 3. Sobre aspectos jurídicos del periodismo

- CARRERAS DE SERRA, Lluís (1996): *Régimen jurídico de la información*. Barcelona, Ariel S.A.
- CARRILLO, Marc (1986): “*La Cláusula de Conciencia de los Periodistas en la Constitución Española de 1978*”. En *Revista de Estudios Políticos (Nueva Época)*, N° 49, pp. 165-181.
- (1993): *La cláusula de conciencia y el secreto profesional de los periodistas: una aproximación al estatuto jurídico de los profesionales de la información*. Madrid, Civitas.
- (2000): “*Cláusula de conciencia y secreto profesional de los comunicadores*”. En CARPIZO, Jorge y CARBONELL, Miguel (coordinadores): *Derecho a la Información y Derechos Humanos. Estudios en homenaje al maestro Mario de la Cueva*. México, Universidad Nacional Autónoma de México, pp. 401-434.
- CARPIZO Jorge (2000): “*Algunas reflexiones sobre la cláusula de conciencia de los comunicadores*”. En CARPIZO, Jorge y CARBONELL,

Miguel (coordinadores): *Derecho a la Información y Derechos Humanos. Estudios en homenaje al maestro Mario de la Cueva*. México, Universidad Nacional Autónoma de México, 479-501.

CLAVERÍA GOSÁLBEZ, Luis Humberto (1994): “*Negocios jurídicos de disposición sobre los Derechos al honor, la intimidad y la propia imagen*”. En *Anuario de Derecho Civil*, Ministerio de Justicia e Interior de España. Centro de Publicaciones, Tomo XLVII, fascículo III, pp.31-69.

CONCEPCIÓN RODRÍGUEZ, José Luis (1996): *Honor, intimidad e imagen. Un análisis jurisprudencial de la L.O. 1/1982*. Barcelona, Bosch.

CREMADES, Javier (1995): *Los límites de la libertad de expresión en el ordenamiento jurídico español*. Madrid, La Ley.

CREVILLÉN SÁNCHEZ, Clemente (1994): *Derechos de la personalidad, honor, intimidad personal y familiar y propia imagen en la jurisprudencia*. Madrid, Actualidad Editorial.

D’AMATO, Giorgio (1997): *L’Autorità di garanzia nel settore delle comunicazioni di massa. L’esperienza-Le prospettive*. Milano, Giuffré Editore.

DARNACULLETA i GARDELLA, Maria Mercè (2003): *Derecho Administrativo y Autorregulación: la autorregulación regulada*. Universitat de Girona. Tesis doctoral dirigida por José Esteve Pardo.

DEL VECCHIO, Giorgio (1953): *Filosofía del Derecho*. Barcelona, Bosch, sexta edición.

— (1960): *Filosofía del Derecho*. Barcelona, Bosch.

DÍAZ ARIAS, Rafael (2000): *La libertad de programación en radiodifusión. Un desarrollo del artículo 20 de la Constitución Española*. Facultad de Derecho de la Universidad Complutense de Madrid. Tesis doctoral dirigida por José María Desantes Guanter.

ESPINAR VICENTE, José María (1992): “*La primacía del derecho a la información sobre la intimidad y el honor*”. En GARCÍA SAN MIGUEL, Luis (editor): *Estudios sobre el derecho a la intimidad*, Madrid, Tecnos, pp. 46-67.

FERNÁNDEZ GALIANO, Antonio (1977): *Derecho natural. Introducción filosófica al derecho*. Madrid, Universidad Complutense.

FERNÁNDEZ SESSAREGO, Carlos (1990): *Derecho y Persona*. Lima, Instituto de Estudios Latinoamericanos Francisco García Calderón.

- GARCÍA FERAUD, Galo (1996): *Lo formal y lo fundamental en el Derecho*. En *Revista Jurídica Online*. Universidad Católica de Santiago de Guayaquil. Recuperado el 10 de octubre de 2008 en: [http://www.revistajuridicaonline.com/index.php?option=com\\_content&task=view&id=405&Itemid=100](http://www.revistajuridicaonline.com/index.php?option=com_content&task=view&id=405&Itemid=100).
- GARCÍA MAYNES, Eduardo (1983): *Filosofía del Derecho*. México, Porrúa, cuarta edición.
- GARCÍA SANZ, Rosa María (1990): *El derecho a opinar libremente*. Madrid, Eudema.
- GARCÍA SAN MIGUEL RODRÍGUEZ-ARANGO, Luis (1992): “*Reflexiones sobre la intimidad como límite de la libertad de expresión*”. En GARCÍA SAN MIGUEL, Luis (editor): *Estudios sobre el derecho a la intimidad*. Madrid, Tecnos, pp. 15-35.
- GARCÍA VITORIA, Aurora (1983): *El Derecho a la intimidad en el derecho penal y en la Constitución de 1978*. Pamplona, Aranzadi.
- GAY FUENTES, Celeste (1991): “*La regulación del ejercicio de la profesión periodística*”. En *Revista de Administración Pública*, Nº 126, Madrid, pp. 385-408.
- GÓMEZ PAVÓN, Pilar (1989): *La intimidad como objeto de protección penal*. Madrid, Ediciones Akal.
- GONZÁLEZ GAITANO, Norberto (1990): *El deber de respeto a la intimidad*. Pamplona, Ediciones Universidad de Navarra.
- KELSEN, Hans (1996): *Derecho y Paz en las relaciones internacionales*. México, Fondo de Cultura Económica, segunda edición.
- KELSEN, Hans (1991): *Teoría pura del Derecho*. México D.F., Porrúa UNAM.
- LE SENNE, René (1973): *Tratado de Moral General*. Madrid, Gredos.
- LÓPEZ DÍAZ, Elvira (1996): *El derecho al honor y el derecho a la intimidad. Jurisprudencia y doctrina*. Madrid, Dykinson.
- LÓPEZ ULLÚA, Juan Manuel (1994): *Libertad de informar y derecho a expresarse. La jurisprudencia del Tribunal Constitucional*. Cádiz, Universidad de Cádiz.
- MARTÍN MORALES, Ricardo (1994): *El derecho fundamental al honor en la actividad política*. Granada, Universidad de Granada.
- MARTÍNEZ DE PISÓN CAVERO, José (1993): *El derecho a la intimidad en la jurisprudencia constitucional*, Madrid, Civitas.

- MOLINERO, César (1989): *Teoría y fuentes del derecho de la información*. Barcelona, Promociones y Publicaciones Universitarias.
- NAVARRO MERCHANT, Vicente (1998): “*La veracidad, como límite interno del derecho a la información*”. En *Revista Latina de Comunicación Social*, Nº 8, La Laguna, Tenerife. Recuperado el 8 de setiembre de 2008 en:  
<http://www.ull.es/publicaciones/latina/a/56vic.htm>.
- NOVOA MONREAL, Eduardo (1981): *Derecho a la vida privada y libertad de información. Un conflicto de derechos*. México, Siglo Veintiuno Editores, segunda edición.
- PACHECO SILVA, Wilbert (1991): *La validez del Derecho: Hacia una perspectiva tridimensional*. Madrid, Universidad Complutense. Tesis Doctoral.
- PAREJO ALFONSO, Luciano (1998): “*El Defensor del Pueblo como institución de control de la Administración Pública: contenido y alcance de su función, procedimiento de actuación y tipos, efectos y publicidad de sus resoluciones*”. En *Debate Defensorial*, Nº 1, Defensoría del Pueblo del Perú, pp. 9-31.
- PLAZA PENADES, Javier (1996): *El derecho al honor y la libertad de expresión*. Valencia, Tirant lo Blanch.
- PULIDO QUECEDO, Manuel (1995): “*Notas sobre el estatuto jurídico de los periodistas*”. En *Revista Española de Derecho Constitucional*, Nº 44, pp. 349-357.
- RADBRUCH, Gustav (1959): *Filosofía del Derecho*. Madrid, Revista de Derecho Privado, cuarta edición.
- RAMÍREZ GRANDA, Juan (1959): *Diccionario Jurídico*. Buenos Aires, cuarta edición.
- REALE, Miguel (1978): *Teoría Tridimensional del Derecho*. Valparaíso, Edeval.
- ROMERO COLOMA, Aurelia M. (1985): *Los bienes y derechos de la personalidad*, Madrid, Trivium.
- RUIZ MIGUEL, Carlos (1992): *La configuración constitucional del derecho a la intimidad*. Madrid, Editorial de la Universidad Complutense. Tesis Doctoral dirigida por Pablo Lucas Verdú.
- SAAVEDRA LÓPEZ, Modesto (1987): *La libertad de expresión en el Estado de derecho. Entre la utopía y la realidad*. Barcelona, Ariel.

- SÁENZ ZUMBADO, Luis (1998): *La intimidad. Un derecho inviolable frente a la cobertura periodística*. En *Revista Jurídica de Seguridad Social*, N° 8, San José de Costa Rica, pp. 37-41.
- SORIA, Carlos (1988): “Uso y abuso de la protección civil del honor”. En *Cuenta y Razón del Pensamiento Actual*, N° 34, pp. 55-58.
- URABAYÉN, Miguel (1997): *Vida Privada e Información: un conflicto permanente*. Pamplona, Universidad de Navarra.
- VÁSQUEZ, Aldo (1998): *Conflicto entre Intimidad y Libertad de Información*. Lima, Universidad de San Martín de Porres.
- (1999): “La colisión entre los derechos a la intimidad y a la libertad de información”. En *Gaceta Jurídica*, Tomo 65-B, pp. 13-20.
- VILLANUEVA, Ernesto y LUNA PLA, Issa (coordinadores) (2001): *El derecho de acceso a la información. Visiones desde México y la experiencia comparada*. México, Universidad Iberoamericana.
- (2004): *Temas selectos de derecho de la información*. México, Universidad Nacional Autónoma de México.
- VILLORO TORANZO, Miguel (2000): *Introducción al estudio del Derecho*. México, Porrúa.
- VIVANCO MARTÍNEZ, Ángela (1992): *Las libertades de opinión y de información*. Santiago de Chile, Andrés Bello.
- VIVES ANTÓN, Tomás S. (1995): “La libertad de expresión e información: límites penales”. En RAMÍREZ, Manuel (director): *El derecho a la información*, Zaragoza, Libros Pórtico, pp. 111-119.
- ZACCARIA, Roberto (1996): *Materiali per un corso sulla libertà di informazione e di comunicazione*. Padova, CEDAM.

#### **4. Sobre mecanismos de autocontrol**

- ABC (1993): *Libro de estilo de ABC*. Madrid, Ariel.
- ALBARRÁN DE ALBA, Gerardo (2004): “Autorregulación periodística. Una aproximación a sus elementos medulares”. En *Revista Mexicana de Comunicación*, vol. 16, N° 84, pp. 43-46.
- (2007): “Estado de la Libertad de Expresión”. En DÍAZ NOSTY, Bernardo: *Medios de Comunicación. El escenario Iberoamericano*. Madrid, Fundación Telefónica y Ariel, pp. 229-234.

- ALBORNOZ, Luis A. y HERSCHMANN, Micael (2006): “*Los observatorios iberoamericanos en información, comunicación y cultura*”. En *UNIrevista*, vol. 1, N° 3. Recuperado el 30 de julio de 2008 en: [http://www.unirevista.unisinos.br/pdf/UNIrev\\_Albornoz\\_Herschmann.PDF](http://www.unirevista.unisinos.br/pdf/UNIrev_Albornoz_Herschmann.PDF).
- ALFARO MORENO, Rosa María (2004): “*Ardua democratización. Las batallas de un observatorio de medios*”. En *Etcéter@*, Recuperado el 14 de octubre de 2008 en: <http://www.etcetera.com.mx/pag57ne48.asp>.
- ALTEMIR RUIZ-OCANÑA, Francisco (2002): “*Consideraciones sobre el artículo de Francisco Fernández Damborenea ‘Algunas conmisericordias sobre el Comité Deontológico’*”. En *La Voz del Colegiado*, N° 255, pp. 19-21. Recuperado el 6 de octubre de 2008 en: <http://www.ciccp.es/webantigua/rop/Boletin/168/Voz.pdf>.
- ALLAS LLORENTE, José María y DÍAZ SALGADO, Luis Carlos (coordinadores) (2004): *Libro de Estilo. Canal Sur Televisión y Canal 2 Andalucía*. Sevilla, RTVA.
- ALLEN, Eric W. (1922): “*The Social Value of a Code of Ethics for Journalists*”. En *The Annals of the American Academy of Political and Social Science* vol. 101 N° 190, pp. 170-179.
- ANGULO ARAUJO, Christian *et al.* (2006): *Observatorio de medios II. Derechos Humanos, Seguridad Pública y Jóvenes: análisis de la prensa escrita en Guadalajara*. Guadalajara, ITESO. Informe realizado como parte del plan de estudios de la carrera de Ciencias de la Comunicación del ITESO. Recuperado el 23 de junio de 2008 en: [http://www.cc.iteso.mx/mirador/ObservatorioII .pdf](http://www.cc.iteso.mx/mirador/ObservatorioII.pdf).
- ARRIAGADA, Eduardo (1991): “*La alternativa del Ombudsman*” (entrevista con Thorsen Cars). En *Cuadernos de Información*, N° 7, Pontificia Universidad Católica de Chile, pp. 85-90.
- AZNAR, Hugo (1997): “*El debate en torno a la utilidad de los códigos deontológicos del periodismo*”. En *Anàlisi*, N° 20, pp. 125-144.
- (2000). *Ética y periodismo: autorregulación, códigos, estatutos de redacción y otros documentos de autorregulación*. Barcelona, Paidós.
- (2000): “*Medios de Comunicación y Esfera Pública: el papel de la Autorregulación*”. En AZNAR, Hugo y VILLANUEVA, Ernesto (coordinadores): *Deontología y Autorregulación Informativa: Ensayos desde una perspectiva comparada*. México, Universidad Iberoamericana, pp. 139-164.

- BARRERO ORTEGA, Abraham (2001): *“Juicios paralelos y Constitución: su relación con el Periodismo”*. En *Ámbitos*, Nº 6, pp. 171-189.
- BARROSO ASENJO, Porfirio (1980): *Códigos éticos de la profesión periodística. Códigos de ámbito supranacional*. Madrid, Apligraph.
- (1980): *Códigos éticos de la profesión periodística. Códigos de ética de prensa para niños y jóvenes*. Madrid, Apligraph.
- (1983): *“Respuestas dadas al estímulo: Confeccione usted un código de ética profesional del periodista”*. En BENITO, Ángel (coordinador): *Comunicación y Sociedad*. Madrid, Universidad Complutense de Madrid, 651-673.
- (1984): *Códigos Deontológicos de los medios de comunicación: prensa, radio, televisión, cine, publicidad y relaciones públicas*. Madrid, Ediciones Paulinas.
- (1984): *Nuevo Código Internacional de Ética periodística*. Madrid, Universidad Complutense de Madrid.
- (1988): *Principios Fundamentales de Deontología Periodística*, Tomo II. Madrid, Universidad Complutense de Madrid.
- (1991): *“Códigos Deontológicos de la Comunicación”* (voz). En BENITO, Ángel (director): *Diccionario de Ciencias y Técnicas de la Comunicación*. Madrid, Ediciones Paulinas.
- (1994): *Deontología Informática*. Separata de las *Actas del I Congreso Internacional Comunicación y Pluralismo*. Madrid, Universidad Pontificia de Salamanca.
- (1998): *“Ética y deontologías de la información”*. En *Sal Terrae. Revista de Teología Pastoral*, julio-agosto, pp. 539-555.
- BEL MALLÉN, José Ignacio (1991): *“Autocontrol”* (voz). En BENITO, Ángel (director): *Diccionario de Ciencias y Técnicas de la Comunicación*. Madrid, Ediciones Paulinas.
- BLÁZQUEZ, Niceto (1994): *Ética y medios de comunicación*. Madrid, BAC.
- (2002): *La nueva ética en los medios de comunicación*. Madrid, BAC.
- BRITISH BROADCASTING CORPORATION (2007): *Directrices Editoriales. Valores y Criterios de la BBC* (traducción a cargo de Santiago Pérez Díaz). Madrid, Asociación de la Prensa de Madrid.
- BROULLÓN PASTORIZA, Gaspar; HERNÁNDEZ, Tatiana; LÓPEZ GARCÍA, Xosé; PEREIRA, José (2005): *“Los Observatorios de Comunicación”*. En *Chasqui. Revista Latinoamericana de*



*Comunicación*, N° 90, Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina, pp. 38-45.

CAGNONI, José Aníbal (1995): *Control de la administración: Ombudsman, Comisionado parlamentario, Mediateur, Defensor del Pueblo*. Montevideo, Editorial Universidad, tercera edición.

CAMPS, Magí (coordinadora) (2004): *La Vanguardia. Libro de Redacción*. Barcelona, La Vanguardia Ediciones y Ariel.

CARRILLO, Marc (1986): *Los Consejos de Prensa como forma de Autocontrol: Propuestas y prevenciones respecto a su viabilidad en España*. En *Revista de Estudios Políticos* (Nueva Época), N° 54, pp. 77-103.

— (1997): “*Los Estatutos de Redacción, la cláusula de conciencia y el secreto profesional*”. En ESCOBAR DE LA SERNA, Luis (director de la edición): *La cláusula de conciencia*. Madrid, Universitas, pp. 53-64.

CARTAÑÁ, Antonio (1989): *El defensor del pueblo: La experiencia en la ciudad de Buenos Aires*. Buenos Aires, Fundación Friedrich Ebert.

CERBINO, Mauro (2004): “*Sobre el quinto poder y el observatorio de medios*”. En *Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación*, N° 88, CIESPAL. Recuperado el 18 de agosto de 2008 en: <http://chasqui.comunica.org/content/view/76/57/>

CHRISTOFOLETTI, Rogério (2006): “*Observatorio de medios. Un caso brasileño*”. En *Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación*, N° 95, CIESPAL, pp. 40-45.

DE PABLOS COELLO, José Manuel y MATEOS MARTÍN, Concha (2004): “*Estrategias informativas para acceder a un periodismo de calidad, en prensa y TV. Patologías y tabla de ‘medicación’ para recuperar la calidad en la prensa*”. En *Ámbitos. Revista Andaluza de Comunicación*, N° 11-12, Universidad de Sevilla, pp. 341-365.

DESANTES GUANTER, José María (1973): *El autocontrol de la actividad informativa*. Madrid, EDICUSA.

DÍAZ ARIAS, Rafael (1983): “*Por una información profesional: Un proyecto de Estatuto para los Servicios Informativos de TVE*”. En *Documentación de Ciencias de la Información*, N° 7, pp. 273-288.

— (1997): “*Por una información independiente y profesional. Estatutos de Redacción*”. En *Encuentro de Periodistas y Profesionales de la Información*. Madrid, CCOO-FESPACE. Recuperado el 6 de agosto de 2008 en: <http://www.ucm.es/info/per2/Programas/RafaelDiaz/Estatutos.FESPACE.pdf>.

- DRAGNIC, Olga (2005): *Una aproximación al papel de los Observatorios de Medios en un Sistema Democrático*. Caracas. Ponencia presentada en el Primer Simposio “Comunicación para el Siglo XXI / Observando a los Medios”, desarrollado en la Universidad Santiago de Cali, Colombia, los días 13 y 14 de octubre de 2005. Recuperado el 14 de junio de 2008 en:  
<http://observatoriogdl.com/aproxalpapeldeobsdemediossistdemoc.pdf>
- DUWAERTS, M. León (1974): *L’Organisation de la profession ses usages et sa deontologie*. Bruxelles, Institut pour Journalistes de Belgique.
- EL COMERCIO (1998): *Libro de Estilo de El Comercio*. Lima, Empresa Editora El Comercio.
- EL PAÍS (2006): *Libro de Estilo*. Madrid, El País, undécima edición.
- ELIZONDO IRIARTE, Itziar (2003): *Género y autorregulación periodística. Principios internacionales de Ética Profesional del Periodismo de la UNESCO y Resolución 1.003 sobre ética del periodismo del Consejo de Europa*. Recuperado el 6 de octubre de 2008 en:  
<http://www.e-leusis.net/ficheros/texto/G%C3%A9nero%20y%20autorregulaci%C3%B3n%20period%C3%ADstica.pdf> Eli.
- ERAZO, Viviana (2006): *Panorama de la Observación Crítica de los Medios de Comunicación en América Latina. Visión Global y Local, Perspectiva de Género, Participación Ciudadana*. Santiago de Chile, Observatorio de Medios FUCATEL y Oxfam, p. 27. Recuperado el 26 de julio de 2008 en:  
<http://www.observatoriofucatel.cl/wp-content/uploads/2008/11/comunicacion-y-genero1.pdf>.
- ESSAIASSON, Peter y MORING, Tom (1994): “Codes of Professionalism: Journalists versus Politicians in Finland and Sweden”. En *European Journal of Communication* vol. 9 N° 3, pp. 271-289.
- ESCOBAR ROCA, Guillermo (2002): *Estatuto de los Periodistas. Régimen normativo de la profesión y organización de las empresas de comunicación*. Madrid, Tecnos.
- ESTEINOU MADRID, Javier (2003): “Antiética comunicativa y reforzamiento del viejo modelo de comunicación en México”. En *Derecho y Cultura*, N° 11-12, pp. 99-111.
- (2003): “¿Autorregulación o nueva ley de medios?”. En *Revista Mexicana de Comunicación*, vol. 15, N° 81, pp. 36-40.

- FEDERACIÓN DE ASOCIACIONES DE PERIODISTAS DE ESPAÑA (2008): *Memoria de la Comisión de Quejas y Deontología de la Federación de Asociaciones de Periodistas de España 2004-2007*. Madrid, FAPE.
- FERRER, María Cristina (1986): “La autorregulación de la actividad informativa”. En *Cuadernos de Información*, N° 3, Santiago de Chile, Pontificia Universidad Católica de Chile, pp. 33-56.
- FRAGUAS, Javier Bernabé: “El periodismo preventivo y los observatorios de medios”. Recuperado el 11 de octubre de 2008 en: [http://www.aulasolidaridad.org/Documentos/Conferencia\\_22.pdf](http://www.aulasolidaridad.org/Documentos/Conferencia_22.pdf).
- GARCÍA GONZÁLEZ, Daniel (s/f): “Códigos Deontológicos y Profesión Periodística”. Recuperado el 7 de setiembre de 2008 En: [http://www.ehu.es/danielgarcia/deontologia/codigos\\_deontologicos.pdf](http://www.ehu.es/danielgarcia/deontologia/codigos_deontologicos.pdf).
- GINER DE GRADO, Carlos (1986): *Los Ombudsmen europeos*. Barcelona, Tibidabo ediciones.
- GONZÁLEZ BEDOYA, Jesús (1987): *Manual de Deontología Informativa: periodismo, medios audiovisuales, publicidad*. Madrid, Alambra.
- GOODWIN, H. Eugene (1994): *Por un periodismo independiente: cómo defender la ética*. Bogotá, Tercer Mundo.
- GOZAÍNI, Osvaldo A. (1995): *Formas alternativas para la resolución de conflictos*. Buenos Aires, Ediciones Depalma.
- HAMELINK, Cees (1979): “Periodismo: principios éticos en los códigos y en la práctica”. En RUIZ ELDREDGE, Alberto (compilador): *El desafío jurídico de la comunicación internacional*. México, Instituto Latinoamericano de Estudios Transnacionales, pp. 125-150.
- HERNÁNDEZ SOTO, Tatiana (2005): “Los observatorios de medios de comunicación en América Latina”. En LÓPEZ GARCÍA, Xosé; PEREIRA FARIÑA, Xosé; VILLANUEVA REY, Xosé (editores): *Investigar sobre Periodismo. Reunión Científica de la Sociedad Española de Periodistas*. Santiago de Compostela, Universidad de Santiago de Compostela, CD-ROM (Cursos e Congresos da Universidade de Santiago de Compostela; 158), pp. 565-587.
- HERRERA DAMAS, Susana y ZETA, Rosa (2004): *Ombudsman: el defensor de la audiencia en los medios latinoamericanos*. Piura (Perú), UDEP.
- (2005): “Entrevista a Javier Darío Restrepo: En periodismo el fin no justifica los medios”. En *Revista de Comunicación*, vol. 4, pp. 80-94.

- (2005): “*Tipología de los observatorios de medios en Latinoamérica*”. En *Palabra Clave*, vol 8, N° 2, edición N° 13, Universidad de la Sabana, pp. 153-174.
- (2006): “*Los observatorios de medios en Latinoamérica*”. En *Civilizar. Revista Electrónica de Difusión Científica*. Universidad Sergio Arboleda, Bogotá-Colombia. Recuperado el 14 de agosto de 2008 en: [http://www.usergioarboleda.edu.co/civilizar/revista10/observatorio\\_medios.pdf](http://www.usergioarboleda.edu.co/civilizar/revista10/observatorio_medios.pdf).
- (2006): “*Los observatorios de medios en Latinoamérica: elementos comunes y rasgos diferenciales*”. En *Información Pública*, vol. IV, N° 1, Escuela de Periodismo Universidad Santo Tomás (Santiago de Chile), pp. 55-76.
- (2006). “*El porqué de los observatorios de medios latinoamericanos*”. En *Revista Latina de Comunicación Social*, N° 61. Recuperado el 18 de agosto de 2008, en: <http://www.ull.es/publicaciones/latina/200621HerreraS.htm>.
- (2007): “*El defensor de la audiencia: claves para entender el contexto de su aparición*”. En *Palabra Clave*, vol. 10, N° 1, pp. 25-35.
- (2008): “*El defensor de la audiencia como instrumento para la educación*”. En *Comunicar*, vol. XV, N° 30, pp. 125-130.
- HERRERO, Julio César (2006): “*El protocolo en los libros de estilo de los medios de comunicación españoles*”. En *Ámbitos*, N° 15, Universidad de Sevilla, pp. 157-169.
- HUTEAU, Jean (2000): “*Independencia y Pluralismo en la Prensa del Sur*”. En *El Correo de la UNESCO*, abril, pp. 43-45.
- IGLESIAS, Tomás (1991): “*El discutible valor jurídico de las normas deontológicas*. En *Jueces para la Democracia. Información y Debate*, N° 12, pp. 53-61.
- INSTITUTO PRENSA Y SOCIEDAD DE VENEZUELA (2007): *Noticias Confiscadas. Cómo la censura y la autocensura en Venezuela impiden que el público conozca lo que tiene derecho a saber*. Caracas, Ipys Venezuela.
- JOHANNESSEN, Richard L. (1988): “*What Should We Teach About Formal Codes of Communications Ethics?*”. En *Journal of Mass Media Ethics* vol. 3 N° 1, pp. 59-64.
- JUUSELA, Pauli (1991): *Journalistic Codes of Ethics in the CSCE Countries: an Examination*. Tampere (Finlandia), University of Tampere.

- LAMBETH, Edmund (1992): *Periodismo comprometido: un código de ética para la profesión*. México, LIMUSA.
- LÓPEZ MAÑERO, Cristina (2000): “Los mecanismos de autorregulación en los medios de comunicación españoles”. En AZNAR, Hugo y VILLANUEVA, Ernesto (coordinadores): *Deontología y Autorregulación Informativa: Ensayos desde una perspectiva comparada*. México, Universidad Iberoamericana, pp. 169-203.
- MACIÁ BARBER, Carlos (2006): “Un modelo de Defensor del Lector, del Oyente y del Telespectador para el perfeccionamiento del ejercicio periodístico en España”. En *Comunicación y Sociedad*, vol. XIX, N° 1, pp. 47-66.
- MAIORANO, Jorge Luis (1996): “El Ombudsman. Defensor del Pueblo y de la Democracia”. En revista *Postcátedra*, N° 7, Publicaciones para graduados de la Universidad de Belgrano, p.13.
- MARÍN MEJÍA, Klibis (2007): *Equilibrio Informativo en los Medios de Comunicación Social: ¿Una Utopía? Instrumento de medición del equilibrio informativo para medios impresos durante procesos electorales*. Caracas, Universidad Católica Andrés Bello. Tesis de Maestría en Comunicación Organizacional dirigida por Javier Bernabé Fraguas.
- MARTÍN HERRERA, Inma (2007): “El papel de los medios de comunicación en la imagen social de la discapacidad”. En *Comunicación e Ciudadanía*, N° 1, Colegio Profesional de Periodistas de Galicia y Observatorio Galego dos Medios, pp. 231-238.
- MARTÍNEZ, Omar Raúl (2000): “Autorregulación informativa. Sus mecanismos para instrumentarla”. En *Revista Mexicana de Comunicación*, vol. 13, N° 66, p. 5, 3 pp.
- MARTÍNEZ ALBERTOS, José Luis (2005): “La responsabilidad de los comunicadores en el lenguaje de los medios: la corrección académica”. En *Revista Latina de Comunicación Social*, N° 60, La Laguna (Tenerife). Recuperado el 24 de agosto de 2008 en: <http://www.ull.es/publicaciones/latina/200532martinezalbertos.htm>.
- MARTÍNEZ DE SOUSA, José (2003): *Libro de estilo Vocento*. Gijón, Trea.
- MATEOS FERNÁNDEZ, Juan Carlos (1998): “Cuestión de honor. Los periodistas se baten en duelo”. En *Historia y Comunicación Social*, N° 3, Universidad Complutense de Madrid, pp. 323-341.
- MENDES, Jairo Faria (1999): “Ombudsman: o espaço para autocrítica nos jornais”. En *Instituto Gutenberg (Brasil), Boletim*, N° 24, Série eletrônica. Recuperado el 6 de diciembre de 2007 en: <http://www.igutenberg.org/jairo24.html>.

- MUÑOZ SALDAÑA, Mercedes (2004): *“La autorregulación como espacio de libertad informativa: El paradigma de la comunicación comercial”*. En VIDAL CLIMENT, Vicente y GARCÍA MANGLANO, Miguel: *Información, Libertad y Derechos Humanos. La enseñanza de la ética y del derecho de la información*. Valencia, Fundación COSO de la Comunidad Valenciana para el Desarrollo de la Comunicación y la Sociedad, pp. 214-234.
- MURRAY, John (2001): *A press free and responsible: self-regulation and the Press Complaints Commission, 1991-2001*. London, Richard Shannon Publisher.
- NAVARRO MARCHANTE, Vicente J. (1997): *“Comentarios a la creación del Consejo de la Información de Cataluña”*. En *Anales de la Facultad de Derecho* N°. 14, Servicio de Publicaciones de la Universidad de La Laguna, pp. 201-218.
- NAVAS, Jordi (2005): *“Hay que anclar en la sociedad civil la crítica y la acción”*, entrevista a Armand Mattelart. En *Periodistas*, N° 1, Federación de Asociaciones de la Prensa de España, pp. 34-38.
- NÚÑEZ ENCABO, Manuel (2006): *“Los Orígenes del Código Deontológico de la FAPE”*. En *Cuadernos de Periodistas*, N° 6, Asociación de la Prensa de Madrid, pp. 67-74.
- OCAMPO PONCE, Manuel (2002): *“Los códigos deontológicos. Historia, necesidad, realizaciones y límites”*. En AGEJAS ESTEBAN, José Ángel y SERRANO OCEJA, Francisco José (coordinadores): *Ética de la comunicación y de la información*. Barcelona, Ariel Comunicación, pp. 263-275.
- OVIEDO SOTO, Tarcisio (1995): *“El Ombudsman en Europa y América”*. En *Revista de Derecho*, N° 197, Universidad de Concepción (Chile), pp. 31-42.
- PETERS, Bettina (1995): *Mujeres y Medios de Comunicación: Acceso a los medios de comunicación y a la toma de decisiones. Valor y límites de un enfoque auto-regulador de la igualdad de los sexos en los medios*. Simposio Internacional de la UNESCO, 28 de febrero a 3 de marzo de 1995. Recuperado el 18 de octubre de 2008 en: <http://www.ifj.org/assets/docs/124/182/b9bd97c-7886bb6.pdf>.
- PINEDA DE ALCÁZAR, Migdalia (2008): *“Ciudadanía y observación mediática: entre lo público y lo privado en el panorama de las comunicaciones venezolanas”*. Ciudad de México, IX Congreso Latinoamericano de Investigación de la Comunicación, del 9 al 11 de octubre de 2008. Recuperado el 14 de noviembre de 2008 en: [http://www.alaic.net/alaic30/ponencias/cartas/TEORIAYMETODOLOGIA/ponencias/GT17\\_14Migdalia.pdf](http://www.alaic.net/alaic30/ponencias/cartas/TEORIAYMETODOLOGIA/ponencias/GT17_14Migdalia.pdf).

- POPE, Jeremy (2000): *El Libro de consulta*. Londres, Transparencia Internacional.
- REY, Germán (2003): “*Ver desde la ciudadanía. Observatorios y veedurías de medios de comunicación en América Latina*”, en *Revista Probidad*, N° 24, Antiguo Cuscatlán (El Salvador). Recuperado el 8 de agosto de 2008:  
<http://library.fes.de/pdf-files/bueros/kolumbien/04198.pdf>
- RODRIGUES DIAS, Marco Antonio et al. (1979): *Los Consejos Nacionales de Política de la Comunicación. Principios y experiencias*. París, UNESCO.
- RODRÍGUEZ PARDO, Julián (2004): “*Autorregulación y hetero-regulación, ¿una apuesta suficiente para el mercado actual? El caso de Gran Bretaña*”. En VIDAL CLIMENT, Vicente y GARCÍA MANGLANO, Miguel: *Información, Libertad y Derechos Humanos. La enseñanza de la ética y del derecho de la información*. Valencia, Fundación COSO de la Comunidad Valenciana para el Desarrollo de la Comunicación y la Sociedad, pp. 271-288.
- ROMERO UMLAUFF, Gustavo (2000): “*Autocontrol de la información*”. En PRIESS, Frank y CACUA PRADA, Antonio (editores): *Ética y Responsabilidad*. Bogotá, Konrad Adenauer Stiftung, pp. 143-153.
- SÁNCHEZ RODRÍGUEZ, Gabriel (2005): “*Informar sobre terrorismo: una misión difícil pero necesaria*”. En *Revista Comunicación y Hombre*, N° 1, Universidad Francisco de Vitoria, pp. 71-89.
- SANTISTEVAN DE NORIEGA, Jorge (1998): “*La Defensoría del Pueblo en el Perú: reflexiones correspondientes a sus dos primeros años*”. En *Debate Defensorial* N° 1, Defensoría del Pueblo del Perú, pp. 77-106.
- SOMMERLAD, Lloyd (1975): *Los sistemas nacionales de comunicación: cuestiones de política y opciones*. París, UNESCO.
- TAUFIC, Camilo (2005): *La Autorregulación del Periodismo. Manual de Ética Periodística Comparada*. Santiago de Chile, Observatorio de Medios Fucatel.
- TRAVESEDO, Concepción (2007): “*Observatorios de Medios*”. En DÍAZ NOSTY, Bernardo: *Medios de Comunicación. El escenario Iberoamericano*. Madrid, Fundación Telefónica y Ariel, 235-251.
- VÁSQUEZ, Aldo (1998): “*La ética periodística y los responsables de su aplicación*”. En *Testimonio*, N° 61, Instituto de Estudios Social Cristianos, pp. 5-7.

- (2002): *El Defensor del Público. Un Ombudsman en materia de Comunicación Social*. Lima, Universidad de San Martín de Porres.
- VILLANUEVA, Ernesto (2002): *Autorregulación de la prensa: Una aproximación ético-jurídica a la experiencia comparada*. México, Universidad Iberoamericana.
- (2001): *Autorregulación informativa y consejos de prensa alrededor del mundo. Una aproximación comparativa*. Facultad de Comunicación de la Universidad de Navarra. Tesis Doctoral dirigida por Ana Azurmendi.
- WECKER, John y ADENEY, Douglas (2000): *Ética informática y de las ciencias de la información* (traducción de Porfirio Barroso). Madrid, Fragua.
- YEPES BUSTAMANTE (2008): *Defensoría del lector en tres periódicos colombianos, 1992-2007*. Medellín (Colombia), Universidad de Antioquia.
- ZABILDEA, Begoña y PÉREZ FUENTES, Juan Carlos (2008): “La ética y la deontología de los medios en el tratamiento de la inmigración”. En BAÑÓN HERNÁNDEZ, Antonio Miguel y FORNIELES ALCARAZ, Javier (coordinadores): *Manual sobre Comunicación e Inmigración*. San Sebastián, Gacsa, pp. 153-180.
- ZETA QUINDE, Rosa (2005): “Hacia un defensor de la audiencia en los medios peruanos”. En *Revista de Comunicación*, vol. 4, pp. 60-65.

## 5. Sobre la ética y el periodismo en el Perú

- ARRAMBIDE CRUZ, Víctor (2006): *El verdadero origen. La historia del Diario Oficial El Peruano (1825-1827)*. Lima, Editora Perú.
- AYALA CALDERÓN, Christian y LEÓN HUAMÁN, Enrique (2000): *El Periodismo Cultural y el de Espectáculos. Trayectoria en la Prensa Escrita. Lima, siglos XIX y XX*. Lima, Universidad de San Martín de Porres.
- BALTA, Aída (1998): *Presencia de la Mujer en el Periodismo Escrito Peruano (1821-1960)*. Lima, Universidad de San Martín de Porres.
- BARREDA LAOS, Felipe (1937): *Vida intelectual del Virreinato del Perú*. Buenos Aires, Talleres Gráficos Argentinos L.J. Rosso.
- BASADRE, Jorge (1975): *La vida y la historia. Ensayos sobre personas, lugares y problemas*. Lima, Fondo del Libro del Banco Industrial del Perú.



- (1994): *Perú: Problema y Posibilidad*. Lima, Fundación M.J. Bustamante de la Fuente, cuarta edición.
- (2005): *Historia de la República del Perú* (Tomos I, II, III IV, V, VI, VII y XIV). Lima, Empresa Editora El Comercio.
- BIBLIOTECA NACIONAL DEL PERÚ (editor) (1964-1966): *Mercurio Peruano* (XII Tomos). Edición Facsimilar. Lima, BNP.
- CHIRINOS SOTO, Enrique (1985): *Historia de la República 1821-1930* (Tomo I). Lima, Editores Importadores.
- CLEMENT, Jean-Pierre (2006): “Aproximación al Diario de Lima (1790-1793) y a Jaime Bausate y Mesa, su autor”. En *El Argonauta Español*, N° 3. Recuperado el 24 de abril de 2008 en: <http://argonauta.imageson.org/document82.html>. Visto el 24 de abril de 2008.
- COFIDE (1983): *Gazeta de Lima. De 1793 a junio de 1794*. Edición Facsimilar. Lima, COFIDE: Oficina de Asuntos Culturales. Compilación, prólogo y apéndices de José Durand.
- COMISIÓN DE LA VERDAD Y RECONCILIACIÓN (2003): *Informe Final*. Lima, p. 490. Recuperado el 18 de setiembre de 2008 en: <http://www.cverdad.org.pe/ifinal/>.
- COMPAÑÍA PERUANA DE INVESTIGACIÓN DE MERCADO (2006): *Índice promedio de lectoría de diarios según niveles socioeconómicos* (Estudio Nacional urbano). Lima. Recuperado el 18 de diciembre de 2008 en: <http://www.cpi.com.pe>.
- CONGRAINS MARTIN, Eduardo (1973): *Desmitificación de Piérola*. Lima, Ecoma.
- CORNEJO QUESADA, Carlos (2007): “El laberinto y primavera del periodismo peruano independentista”. En *Cultura*, N° 21, Lima, Asociación de Docentes de la Universidad de San Martín de Porres, 229-277.
- CHECA GODOY, Antonio (1993): *Historia de la Prensa en Iberoamérica*. Sevilla, Alfar.
- DE LA PUENTE CANDAMO, José Agustín (1993): *Historia del Perú* (Tomo VI). Lima, Brasa.
- DEL CASTILLO MORÁN, Miguel Ángel (1999): “Fuentes históricas para el estudio del anarquismo en el Perú (1890-1930)”. En *Diálogos*, N° 1, Universidad Nacional Mayor de San Marcos, pp. 153-161.

- DELHOM, Joel (2005): “Manuel González Prada y la prensa del Perú. En DESVOIS, Jean Michel (editor): *Prensa, impresos, lectura en el mundo hispánico contemporáneo. Homenaje a Jean-François Botrel*. Burdeos, Presses Universitaires de Bordeaux, pp. 363-374.
- EL COMERCIO (1998): *Libro de Estilo de El Comercio*. Lima, Empresa Editora El Comercio.
- ESCOBAR, Alberto (1986): “Revistas y Periodismo Doctrinario”. En ESCOBAR, Alberto (editor): *Antología General de la Prosa en el Perú. Del siglo XVIII al XIX* (Tomo II). Lima. Ediciones Edubanco, pp. 41-42.
- FUNDACIÓN EUGENIO MENDOZA (1967): *Gaceta del Gobierno del Perú. Período de Gobierno de Simón Bolívar* (III Tomos). Caracas. Prólogos por Cristóbal L. Mendoza y Félix Denegri Luna. Explicación preliminar por Pedro Grases.
- GARGÚREVICH, Juan (1987): *Prensa, Radio y Televisión*. Lima, Horizonte.
- (1991): *Historia de la prensa peruana 1594-1990*. Lima, La Voz Ediciones.
- (1995): *La Peruvian Broadcasting Co*. Lima, La Voz Ediciones.
- (1999): *Los periodistas. Historia del gremio en el Perú*. Lima, La Voz Ediciones.
- (2006): “Perú, medios del Estado y gobierno. Recorrido Histórico”. En *UNIrevista*, vol. 1, N° 3. Recuperado el 8 de agosto de 2008 en: [http://www.unirevista.unisinos.br/\\_pdf/UNIrev\\_Gargurevich.PDF](http://www.unirevista.unisinos.br/_pdf/UNIrev_Gargurevich.PDF).
- GONZALES MANRIQUE, José (1992): *La prensa como reflejo de desarticulación social. Prensa y violencia política en el Perú. El caso de Sendero Luminoso*. Lima, Universidad de Lima. Cuadernos CICOSUL.
- GONZÁLEZ PRADA, Manuel (1976): *Páginas libres. Horas de lucha*. Caracas, Biblioteca Ayacucho.
- HAMPE MARTÍNEZ, Teodoro: *Santo Oficio e Historia Colonial*. Lima, Ediciones del Congreso del Perú.
- HUACCHA C., José Carlos (1971): *Libertad de Prensa y la legislación en el Perú*. Trujillo (Perú), Amaru.
- INICIATIVA NACIONAL ANTICORRUPCIÓN y MINISTERIO DE JUSTICIA (2001): *Documento de Trabajo: Un Perú sin corrupción*. Lima, Ministerio de Justicia.

- INSTITUTO PRENSA Y SOCIEDAD (2002): *Prensa y Militares. Informe, Debate, Perspectivas*. Lima, IPYS.
- LÓPEZ MARTÍNEZ, Héctor (1989): *Los 150 años de El Comercio*. Lima, Empresa Editora El Comercio.
- MACASSI LAVANDER, Sandro y AMPUERO NAVARRO, Francisco (2001): *Prensa amarilla y cultura política en el proceso electoral*. Lima, Asociación de Comunicadores Sociales Calandria.
- (2002): “El periodismo peruano frente al conflicto. Fallas estructurales o pecados de omisión”. En *Revista de la Universidad del Azuay*, N° 28, pp. 129-146.
- MACHUCA CASTILLO, Gabriela (2006): *La tinta, el pensamiento y las manos. La prensa popular anarquista, anarcosindicalista y obrera sindical en Lima 1900-1930*. Lima, Universidad de San Martín de Porres.
- MACERA, Pablo (1977): “El periodismo en la independencia”. En MACERA, Pablo: *Trabajos de Historia* (Tomo II). Lima, Instituto Nacional de Cultura, pp. 325-342.
- MARTÍNEZ, Edgardo (2008): *Revista Americana. Una precursora publicación en el Perú de 1863*. Lima, Biblioteca Nacional del Perú y Universidad de San Martín de Porres.
- MARTÍNEZ RIAZA, Ascensión (1982): “Los orígenes del periodismo doctrinario en el Perú. El caso conflictivo de ‘El Peruano’”. En *Quinto Centenario*, N° 3, pp. 109-136.
- (1985): *La Prensa Doctrinal en la Independencia del Perú (1811-1824)*. Madrid, Ediciones Cultura Hispánica.
- MEDINA, José Toribio (1907): *La Imprenta en Lima (1584-1824)* (IV Tomos). Santiago de Chile, impreso y grabado en casa del autor.
- MENDOZA MICHILLOT, María (1997): *Inicios del Periodismo en el Perú. Relaciones y Noticiarios*. Lima, Universidad de Lima.
- MIRÓ QUESADA LAOS, Carlos (1957): *Historia del periodismo peruano*. Lima, Talleres Gráficos P.L. Villanueva S.
- MOROTE, Herbert (2003): *El Militarismo en el Perú. Un mal comienzo 1821-1827*. Lima, Jaime Campodónico.
- (2007): *Bolívar: Libertador y enemigo N° 1 del Perú*. Lima, Jaime Campodónico Editor.

- OCHOA MONTERO, José (1999): “*La Trinchera Social*”. En OCHOA MONTERO, José *et al.*: *La Pluma en la Belle Epoque*. Lima, Universidad de San Martín de Porres, 27-51.
- OVIEDO Y PÉREZ DE TUDELA, Rocío (1980): “*Periodismo Hispanoamericano de Independencia y sus antecedentes*”. En *Anales de Literatura Hispanoamericana*, vol. 9, pp. 167-185.
- PACHECO IBARRA, Juan José (2007): *Libertad de Imprenta y Prensa en Lima (1884-1904)*. Lima, Universidad Nacional Mayor de San Marcos. Tesis para obtener el grado de Licenciado en la Escuela de Historia de la UNMSM.
- PALMA, Ricardo (1997): *Anales de la Inquisición de Lima*. Lima, Ediciones del Congreso de la República del Perú.
- PERLA ANAYA, José (1997): *La Prensa, la Gente y los Gobiernos*. Lima, Universidad de Lima, tercera edición.
- PETROPERÚ (1971): *La Abeja Republicana*, edición facsimilar. Lima, Ediciones Copé.
- PIERCE Robert N. (1982): *Libertad de expresión en América Latina. Técnicas y sistemas de control de la prensa*. Barcelona, Mitre.
- PINTO VARGAS, Ismael (2003): *Sin perdón y sin olvido. Mercedes Cabello de Carbonera y su Mundo*. Lima, Universidad de San Martín de Porres.
- PLANAS SILVA, Pedro (1994): *La República Autocrática*. Lima, Fundación Friedrich Ebert.
- (2001): *La Videopolítica en el Perú. Las elecciones y el acceso de los partidos y los candidatos en los inicios de la televisión peruana*. Lima, Universidad de San Martín de Porres.
- PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL PERÚ (2007): *Estudio de Opinión Pública* (mayo), Lima. Recuperado el 16 de diciembre de 2008 en: <http://www.pucp.edu.pe>.
- PORRAS BARRENECHEA, Raúl (1921): “*El periodismo en el Perú. Ciento treinta años de periódicos*”. En *Mundial*, año II, número extraordinario, 28 de julio de 1921, pp. 157-168.
- (1970): *El Periodismo en el Perú*. Lima, Instituto Raúl Porras Barrenechea.
- ROMERO, Carlos Alberto (1939): “*Los orígenes del periodismo en el Perú: de la relación al diario, 1594-1790*”. En *Revista Histórica*, N° 12, Instituto Histórico del Perú, pp. 246-312.

- ROSPIGLIOSI, Fernando (2000): *El Arte del Engaño. Las relaciones entre los militares y la prensa*. Lima, Tarea.
- SALAZAR, Jorge (2001): *Historia de la Noticia: La Guerra y el Crimen. Un siglo de homicidios en el Perú* (vol. 2). Lima, Universidad de San Martín de Porres.
- (2004): *Historia de la Noticia: La Guerra y el Crimen. De matar y morir* (vol. 3). Lima, Universidad de San Martín de Porres.
- SAN CRISTÓBAL, Evaristo (1941): *El Gran Mariscal Luis José de Orbegoso*. Lima, Gil.
- SIFUENTES ALEMÁN, Ítalo (2008): *Periodistas entre la posguerra y la República Aristocrática* (investigación inédita). Lima, Instituto de Investigaciones de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Martín de Porres.
- TAUZIN CASTELLANOS, Isabelle (2003): “*La imagen en el Perú Ilustrado (Lima, 1887-1892)*”. *Bulletin*, N° 32 (1), Instituto Francés de Estudios Andinos (Lima), pp. 133-149.
- THORNDIKE, Guillermo (2000): *Ocupación, Testigo. La Edad de Plomo*. Lima, Universidad de San Martín de Porres.
- THORNE, Carlos (2007): *La generación del 50 y el periodismo. Un testimonio personal*. Lima, Universidad de San Martín de Porres.
- TOLEDO BRÜCKMANN, Ernesto (2001): *¿Hasta Cuándo? La prensa peruana en el fin del fujimorato*. Lima, San Marcos.
- UGARTE ELÉSPURU, Juan Manuel (2001): *Monumenta Limensis*. Lima, Fondo Editorial del Congreso de la República.
- UGAZ SÁNCHEZ-MORENO, José Carlos (1999): *Prensa Juzgada. Treinta años de juicios a periodistas peruanos (1969-1999)*. Lima, Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas.
- VARGAS UGARTE, Rubén (1945): *Historia del Perú. Fuentes*. Lima, Gil Impresores.
- (1958): *Historia del Perú. Emancipación (1809-1825)*. Buenos Aires, Imprenta López.
- VARILLAS MONTENEGRO, Alberto (2008): *El periodismo en la historia del Perú*. Lima, Universidad de San Martín de Porres.
- VÁSQUEZ, Máximo N. (1895): *Curso de Geografía del Perú*. Lima, Edición del autor.

- VELAOCHAGA, Luis (2001): *Políticas exteriores del Perú: Sociología Histórica y Periodismo*. Lima, Universidad de San Martín de Porres.
- VIGNOLO, Alfredo (1985): *Libertad de Prensa y Democracia*. Lima, Colegio Departamental de Periodistas de Lima.
- ZAMALLOA ARMEJO, Raúl (1993): “La polémica entre el Mercurio Peruano y el Semanario Crítico (1791)”. En *Histórica*, vol. xvii, N° 1, pp. 107-118.
- ZANUTELLI ROSAS, Manuel (2006): *Periodistas Peruanos del siglo XIX. Itinerario biográfico*. Lima, Universidad de San Martín de Porres.
- (2008): *Periodistas peruanos del siglo XX. Itinerario biográfico*. Lima, Universidad de San Martín de Porres.
- ZETA QUINDE, Rosa (2000): *El Pensamiento Ilustrado en el Mercurio Peruano*. Piura, Universidad de Piura.
- (2005): “Hacia un defensor de la audiencia en los medios peruanos”. En *Revista de Comunicación*, vol. 4, pp. 60-65.

## 6. Otras fuentes citadas

- BARAN, Paul (1967): *La economía política del crecimiento*. México, Fondo de Cultura Económica, cuarta edición en español.
- CANDIANO, Natalia (2006): *Medios y discriminación. Imagen social de las personas con discapacidad, según la prensa argentina. Análisis del discurso de Clarín, La Nación y Página 12*. Tesina de Licenciatura en Periodismo. Facultad de Ciencias de la Educación y de la Comunicación Social. Universidad de El Salvador. Recuperado el 23 de julio de 2008 en:  
[http://www.salvador.edu.ar/vrid/cpg/tesina\\_candiano.pdf](http://www.salvador.edu.ar/vrid/cpg/tesina_candiano.pdf).
- CARDOSO, Fernando Enrique y FALETTO, Enzo (1973): *Dependencia y Desarrollo en América Latina. Ensayo de interpretación sociológica*. México, Siglo Veintiuno, séptima edición.
- CASTRO SILVA, Gustavo (1991): *La Teoría de la Dependencia y Herbert Marcuse*. Santiago de Chile, Universidad Católica de Chile. Tesis para optar el grado de Magíster en Ciencias Políticas.
- CATALANO, Pierángelo (ed.) (1990): *Constitución del Auctore y Libro I del Digesto del Emperador Justiniano*. Lima, Fondo Editorial PUC.
- CONSTANT, Benjamin (2002): *Sobre el espíritu de conquista. Sobre la libertad en los antiguos y en los modernos*. Madrid, Tecnos.

- DOS SANTOS, Theotonio (1980): *Imperialismo y dependencia*. México, Era, segunda edición.
- DURKHEIM, Emile (1967): *De la división del trabajo social*. Buenos Aires, Schapire.
- (1974): *Educación y sociología*. Buenos Aires, Schapire.
- (2003): *Las formas elementales de la vida religiosa*. Madrid, Alianza.
- ESTEINOU MADRID, Javier (2000): “Globalización, Medios de Comunicación y Cultura en México a principios del siglo XXI”. En *Ámbitos*, N° 5, Revista Andaluza de Comunicación, Universidad de Sevilla, pp. 7-49.
- (2001): “Las industrias culturales y el modelo de Comunicación-Mercado”. En *Convergencia*, N° 25, Universidad Autónoma del Estado de México, pp. 193-232.
- (2006): “¿Qué ganó la sociedad mexicana en la lucha por la reforma comunicativa?”. En *Razón y Palabra*, N° 54. Recuperado el 1 de setiembre de 2008 en:  
<http://www.cem.itesm.mx/dacs/publicaciones/logos/anteriores/n54/jesteinou.pdf>.
- FRANK, André Günder (1971): *Sociología del desarrollo y subdesarrollo de la sociología. El desarrollo del subdesarrollo*. Barcelona, Anagrama.
- FREIRE, Paulo (1992): *La pedagogía del oprimido*. Madrid, Siglo XXI.
- GALLO, Rosalía (2006): “Prensa y Política”. En *Boletín de la Academia Nacional de Periodismo*, N° 20, Buenos Aires, pp. 61-63.
- GROOSCORS, Guido (1987): “Políticas de comunicación para el desarrollo”. En INSTITUTO PARA AMÉRICA LATINA: *Comunicación y desarrollo*. Lima, IPAL.
- HERNÁNDEZ SAMPIERI, Roberto; FERNÁNDEZ COLLADO, Carlos y BAPTISTA LUCIO, Pilar (1997): *Metodología de la Investigación*. México, McGraw Hill.
- JEFFERSON, Thomas (1987): *Autobiografía y otros escritos*. Madrid, Tecnos.
- KOHLBERG, Lawrence (1992): *Psicología del desarrollo moral*. Bilbao, Desclée de Brouwer.
- KÜNG, Hans (1999): *Una ética mundial para la economía y la política*. Madrid, Trotta.

- PREBISCH, Raúl (1962): “*El desarrollo económico de la América Latina y algunos de sus principales problemas*”. En *Boletín Económico de América Latina*, vol. VII, Nº 1, febrero.
- RAMONET, Ignacio (2004): “*El quinto poder: Información, comunicación y globalización*”. En *Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación*, Nº 88, CIESPAL. Recuperado el 2 de agosto de 2008 en: <http://chasqui.comunica.org/content/view/75/57/>
- REAL ACADEMIA ESPAÑOLA (2001): *Diccionario de la lengua española*. Madrid, RAE, vol. I, vigésima segunda edición.
- SAGUIER, Eduardo R. (s/f): *Un debate inconcluso en la América Latina (1600-2000)*, Tomo XV, Buenos Aires, UBA-CONICET. Recuperado el 21 de setiembre de 2008 en: [http://www.er-saguier.org/obras/udhielal/pdfs/Tomo\\_15/08/Tomo-XV-Cap-8.pdf](http://www.er-saguier.org/obras/udhielal/pdfs/Tomo_15/08/Tomo-XV-Cap-8.pdf).
- SAUTU, Ruth *et al.* (2005): *Manual de Metodología. Construcción del marco teórico, formulación de los objetivos y elección de la metodología*. Buenos Aires, CLACSO. Recuperado el 12 de diciembre de 2008 en: <http://www.clacso.org.ar/biblioteca>.
- SPENCER, Herbert (1883): *Principios de sociología*. Madrid, Saturnino Calleja.
- SPENCER, Herbert (1945): *Primeros principios*. Buenos Aires, EMCA.
- SPENCER, Herbert (1980): *El Hombre contra el Estado*. Buenos Aires, Goncourt, cop.





## **Anexos**



## Relación de Anexos

### Anexo N° 1:

**Libro I. Título XXIV. De los libros que se imprimen y pasan a las Indias.** Tomado de la *Recopilación de Leyes de los Reynos de las Indias*, compilación de la legislación promulgada por los reyes de España para normar sus posesiones en América y las Filipinas, realizada por Antonio de León Pinelo y Juan de Solórzano Pereira y aprobada por Carlos II de España mediante pragmática del 18 de mayo de 1680, suscrita en Madrid. Se divide en cuatro tomos, nueve libros y 218 títulos, con un total de 6.385 leyes. Tomado del archivo de legislación digital del Congreso de la República del Perú: <http://www.congreso.gob.pe>.

### Anexo N° 2:

**LEY III. Reglas que deben observarse en los papeles periódicos, y escritos cuya impresion corra baxo la inspeccion del Juez de Imprentas.** Real Resolución dictada por Carlos III el 2 de Octubre de 1788, tomada de *Novísima Recopilación de las Leyes de España*, “mandada formar por el señor don Carlos IV”, impresa en Madrid en 1805. Tomo IV, Libro VIII, Título XVII, pp. 150-151. La misma recopilación contiene disposiciones sobre libros, impresores, libreros, imprentas, librerías y papeles prohibidos, en los títulos XV, XVI y XVII del mismo tomo. Visto en: <http://fama2.us.es/fde/ocr/2006/novisimaRecopilacionT4.pdf>.

### Anexo N° 3:

**DECRETO IX. Libertad política de la Imprenta.** Norma dictada por las Cortes de Cádiz el 10 de noviembre de 1810, tomada de *Colección de los decretos y órdenes que han expedido las Cortes Generales y Extraordinarias desde su instalación en 24 de septiembre de 1810 hasta igual fecha de 1811*, “mandada publicar por orden de las mismas”, Cádiz, Imprenta Real, 1811, pp. 14-17. Visto en: <http://cs.articleusweb.com/servlet/SirveObras/hist/01604630436704913000035/ima0029.htm>.

### Anexo N° 4:

**DECRETO SOBRE LIBERTAD DE IMPRENTA.** Expedido por el libertador José de San Martín el 13 de octubre de 1821. Tomado del archivo de legislación digital del Congreso de la República del Perú: <http://www.congreso.gob.pe>.

### Anexo N° 5:

**LEY DE IMPRENTA.** Acordada por el Congreso Constituyente del Perú el 3 de noviembre de 1823 y promulgada el 12 de noviembre del mismo año por el presidente José Bernardo Tagle. Tomado del archivo de legislación digital del Congreso de la República del Perú: <http://www.congreso.gob.pe>.

**Anexo N° 6:**

**DECRETO QUE ESTABLECE EL DERECHO DE RECTIFICACIÓN.** Dictado por Nicolás de Piérola, Jefe Supremo de la República, el 21 de febrero de 1880. Tomado del archivo de legislación digital del Congreso de la República del Perú: <http://www.congreso.gob.pe>.

**Anexo N° 7:**

**DECRETO LEY 6961.** Ley de Imprenta acordada por la Junta de Gobierno liderada por el comandante Luis M. Sánchez Cerro y promulgada por éste el 4 de diciembre de 1930. Abolió definitivamente los jurados creados mediante la ley de imprenta de 1823. Tomado del archivo de legislación digital del Congreso de la República del Perú: <http://www.congreso.gob.pe>.

**Anexo N° 8:**

**LEY 15630.** Reconociendo la profesión de periodista. Promulgada por el presidente Fernando Belaunde Terry el 28 de septiembre de 1965. Tomada del archivo de legislación digital del Congreso de la República del Perú: <http://www.congreso.gob.pe>.

**Anexo N° 9:**

**Código de Ética Periodística de la Federación de Periodistas del Perú.** Aprobado en el XXII Congreso Nacional "ALFREDO VIGNOLO MALDONADO" realizado en Huampaní (Lima), el 27 y 28 de octubre del 2001.

**Anexo N° 10:**

**Carta Ética Profesional de la Asociación Nacional de Periodistas del Perú.** Aprobada, con cargo a redacción, en el Congreso Ordinario de Cajamarca, el 29 de septiembre de 1988.

**Anexo N° 11:**

**Código de Ética Periodística del Colegio de Periodistas del Perú.** Redactado por el Tribunal de Honor Nacional del Colegio de Periodistas del Perú y aprobado por el Consejo Nacional en sesión efectuada el 24 de junio de 1990 en la ciudad de Ica.

**Anexo N° 12:**

**Código de Ética Unificado de la Industria de la Comunicación.** Aprobado por la Asociación Nacional de Anunciantes, Asociación Peruana de Agencias de Publicidad, Unión Peruana de Radiodifusión, Colegio de Periodistas del Perú, Colegio de Periodistas de Lima, Asociación Peruana de Empresas de Investigación de Mercados, Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas, Instituto Peruano de Publicidad, Andina de Televisión Canal 9, Grupo RPP, Radio Panamericana, Radio A, Corporación Radial, Asociación de Comunicación Social Calandria, Confederación General de Periodistas del Perú, Consejo Superior Internacional de Prensa, y Veeduría Ciudadana de la Comunicación Social. Vigente desde el 1 de julio de 2001.

**Anexo N° 13:**

**Código de Ética y Deontología del Círculo de Periodistas Deportivos del Perú.** De fecha 22 de abril de 2004.

**Anexo N° 14:**

**Principios Rectores del Grupo *El Comercio*.** La primera versión de los Principios es de 1998. La que presentamos fue actualizada en el 2006, por la dirección del grupo empresarial.

**Anexo N° 15:**

**Código de Ética Participativo del diario *El Tiempo* (Piura).** Desarrollado con la colaboración de la Veeduría Ciudadana para la Comunicación Social. Aunque la versión de este Código es pública, la dirección del diario la considera aún preliminar.

**Anexo N° 16:**

**Código de Ética de las publicaciones del Grupo Apoyo.** El código ha sido desarrollado progresivamente y es una aplicación específica al campo de las publicaciones, en coincidencia con un código más genérico para todo el conglomerado empresarial, dedicado sobre todo a tareas de consultoría económica desde 1977.

**Anexo N° 17:**

**Reglamento del Tribunal de Ética del Consejo de la Prensa Peruana.** Fue aprobado por el mismo Tribunal antes del inicio de sus labores en 1998. No es un código ético. Se limita al señalamiento de las funciones del Tribunal y de los procedimientos que se siguen ante el mismo.

**Anexo N° 18:**

**Resolución 38-03-TE/2004 del Tribunal de Ética del Consejo de la Prensa Peruana.** Sobre honor y reputación.

**Anexo N° 19:**

**Resolución 08-TE/2004 del Tribunal de Ética del Consejo de la Prensa Peruana.** Sobre ejercicio del derecho de opinión.

**Anexo N° 20:**

**Resolución 14-TE/2004 del Tribunal de Ética del Consejo de la Prensa Peruana.** Sobre correspondencia entre titulares y contenido.

**Anexo N° 21:**

**Resolución 19-TE/2004 del Tribunal de Ética del Consejo de la Prensa Peruana.**  
Sobre protección de imagen del niño.

**Anexo N° 22:**

**Resolución 23-TE/2004 del Tribunal de Ética del Consejo de la Prensa Peruana.**  
Sobre verdad y exactitud en las informaciones.

**Anexo N° 23:**

**Resolución 31-TE/2004 del Tribunal de Ética del Consejo de la Prensa Peruana.**  
Sobre la necesidad de usar un lenguaje apropiado en la prensa.

**Anexo N° 24:**

**Resolución 47-TE/2004 del Tribunal de Ética del Consejo de la Prensa Peruana.**  
Sobre discriminación en razón de religión.

**Anexo N° 25:**

**Resolución 04-TE/2005 del Tribunal de Ética del Consejo de la Prensa Peruana.**  
Sobre presunción de inocencia.

**Anexo N° 26:**

**Resolución 08-TE/2005 del Tribunal de Ética del Consejo de la Prensa Peruana.**  
Sobre difamación.

**Anexo N° 27:**

**Resolución 07-TE-2006 del Tribunal de Ética del Consejo de la Prensa Peruana.**  
Sobre distinción entre opinión e información.

**Anexo N° 28:**

**Resolución 04-TE/2008 del Tribunal de Ética del Consejo de la Prensa Peruana.**  
Sobre intimididad.

**Anexo N° 29:**

**Resolución 06-TE/2008 del Tribunal de Ética del Consejo de la Prensa Peruana.**  
Sobre rectificación de informaciones.

**Anexo N° 30:**

**Presidentes del Perú.** Relación de Jefes de Estado desde la declaratoria de independencia en 1821 hasta 2009.

**Anexo N° 31:**

**Índice promedio de lectoría de diarios.** Según niveles socioeconómicos. Nacional urbano.

**Anexo N° 32:**

**Índice promedio de lectoría de diarios.** Según niveles socioeconómicos. Lima Metropolitana.

**Anexo N° 33:**

**Índice promedio de lectoría de revistas y suplementos.** Según niveles socioeconómicos. Lima Metropolitana.

**Anexo N° 34:**

**Índice promedio de lectoría de diarios.** En ciudades del Perú con más de cien mil lectores.





# Anexo N° 1

## Libro I. Titulo XXIV.

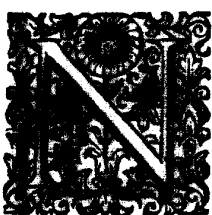
### Titulo Veinte y quatro De los Libros, que se imprimen y pasan á las Indias.

**Ley primera.** *Que no se imprima libro de Indias sin ser visto y aprobado por el Consejo.*

**Ley ij.** *Que ninguna persona pueda passar á las Indias libros impresos, que traten de materias de Indias sin licencia del Consejo.*

**N**UESTROS Iuezes y Iusticias de estos Reynos, y de los de las Indias Occidentales, Islas y Tierra firme del Mar Oceano, no consientan, ni permitan que se imprima, ni venda ningun libro, que trate de materias de Indias, no teniendo especial licencia despachada por nuestro Consejo Real de las Indias, y hagan recoger, recojan y remitan con brevedad á él todos los que hallaren, y ningun Impressor, ni Librero los imprima, tenga, ni venda; y si llegaren á su poder, los entregue luego en nuestro Consejo, para que sean vistos y examinados, pena de que el Impressor, ó Librero, que los tuviere, ó vendiere, por el mismo caso incurra en pena de docientas mil maravedis, y perdimiento de la impresión y instrumentos de ella.

Don Felipe Segundo y la Princesa G. en Valladolid á 21. de Setiembre de 1556. Y el mismo en Toledo á 14. de Agosto de 1560.



**O**TROSI Ninguna persona de qualquier estado y calidad que sea, pueda passar, ni passe á las Indias ningun libro impresso, ó que se imprimiere en nuestros Reynos, ó los estrangeros, que pertenezca á materias de Indias, ó trate de ellas, sin ser visto y aprobado por el dicho nuestro Consejo, y teniendo licencia en la forma contenida en la ley antes de esta, pena de perdimiento de el libro, y cincuenta mil maravedis para nuestra Camara y Fisco.

Don Felipe IV. en esta Recoopilacion.

**Ley iij.** *Que no se imprima, ni use Arte, ni Vocabulario de la lengua de los Indios, sin estar aprobado conforme á esta ley.*

**M**ANDAMOS A nuestros Virreyes, Audiencias y Governadores de las Indias, que provean, que quando se hiziere algun Arte, ó Vocabulario de la lengua de los Indios, no se publique, ni se imprima, ni use del, si no estuviere primero examinado por el Ordinario, y visto por la Real Audiencia del distrito.

Don Felipe Segundo en Año. ver á 8. de Mayo de 1584

**Ley iiij.** *Que no se consientan en las Indias libros profanos y fabulosos.*

**P**ORQUE De llevarse á las Indias libros de Romance, que traten de materias profanas, y fabulosas

El Emperador D. Carlos y el Príncipe G. en Valladolid á 29. de Setiembre de 1533.

y

## De los Libros que se imprimen.

y historias fingidas se siguen muchos inconvenientes. Mandamos á los Virreyes, Audiencias y Governadores, que no los consientan imprimir, vender, tener, ni llevar á sus distritos, y provean, que ningun Español, ni Indio los lea.

*Ley v. Que en los registros de libros para passar á las Indias, se pongan expesificamente, y no por mayor.*

El Emperador D. Carlos y los Reyes de Bohemia G. en Valladolid á 5. de Setiembre de 1550.

**M**ANDAMOS A nuestros Presidente y Iuezes Oficiales de la Casa de Contratacion de Sevilla, que quando se huvieren de llevar á las Indias algunos libros de los permitidos, los hagan registrar expesificamente cada vno, declarando la materia de que trata, y no se registren por mayor.

*Ley vij. Que á las visitas de Navios se hallen los Provisores con los Oficiales Reales, para ver y reconocer los libros.*

D. Felipe Segundo en Madrid á 18 de Enero de 1585.

**R**OGAMOS Y encargamos á los Prelados, que ordenen á sus Provisores puestos en Puertos de Mar, que quando los Oficiales de nuestra Real hazienda visiten los Navios, que en ellos entraren, se hallen á las visitas, para ver y reconocer si llevaren libros prohibidos. Y mandamos á los dichos nuestros Oficiales, que no hagan las visitas sin intervencion y asistencia de los Provisores, y de otra forma ninguna persona los pueda sacar, ni tener.

\*\*\*

*Ley vij. Que los Prelados, Audiencias y Oficiales Reales reconozcan y recojan los libros prohibidos, conforme á los Expurgatorios de la Santa Inquisicion.*

**N**UESTROS Virreyes, Presidentes y Oidores pongan por su parte toda la diligencia necesaria, y den orden á los Oficiales Reales, para que reconozcan en las visitas de Navios si llevaren algunos libros prohibidos, conforme á los Expurgatorios de la Santa Inquisicion, y hagan entregar todos los que hallaren á los Arçobispos, Obispos, ó á las personas á quié tocaren, por los Acuerdos del Santo Oficio. Y rogamos y encargamos á los Prelados Eclesiasticos, que por todas las vias posibles averiguen y procuren saber si en sus Diocesis hay algunos libres de esta calidad, y los recojan y hagan de ellos lo ordenado por el Consejo de la Inquisicion, y no consientan, ni den lugar á que permanezcan, ni queden en aquellas Provincias.

D. Felipe Segundo y la Princesa G. en Valladolid á 9. de Octubre de 1556.

*Ley viij. Que no se lleven á las Indias libros del Rezo sin permission del Monasterio de San Lorenzo el Real.*

**P**ORQUE Hemos concedido privilegio al Monasterio de San Lorenzo el Real, para que él, ó quien tuviere su poder solamente, y no otras algunas personas, puedan imprimir los libros del Rezo y Oficio Divino, y enviarlos á vender á las Indias. Mandamos á los Virreyes, Audiencias y Governadores, que con el cuidado convenien-

D. Felipe Segundo en el Pardo á 10. de Octubre de 1575. En Badajoz á 2. de Diciembre de 1580.

## Libro I. Titulo XXIV.

niente, procuren averiguar al tiempo que llegaren á sus Puertos las Flotas y Navios de estos Reynos, si en ellos se llevaren algunos libros, ó impresiones de Rezo y Oficio Divino, sin permission de el dicho Monasterio; y hallando algunos, citadas y oidas las partes, hagan justicia.

*Ley ix. Que dà la forma de poner cobro en los libros del Rezo, y su procedido.*

D. Felipe  
III. en S.  
Lorenço  
é 19. de  
Agosto  
de 1614.

**N**UESTROS Presidente y Iuezes Oficiales de la Casa de Contratacion de Sevilla recivan las cajas y fardos de libros del nuevo rezado, y los hagan embarcar á las Indias, y acomodar en las Capitanas y Almirantas de Galeones y Flotas, donde no recivan daño, libros de fletes y derechos, excepto lo mismo que se deve pagar, y pagare de las Bulas de la Santa Cruzada al Maestro del Baxel, en que los llevarén, dirigidos á los Oficiales Reales de las Provincias donde fueren cõsignados, ó á las personas, que por orden del Monasterio de San Lorenço los han de recevir, ó aviar, conforme á su instruccion, y de buelta de viage no consientan pedir, ni llevar fletes, ni otros derechos de toda la hazienda, que se traxere, procedida de los libros, y den luego aviso, y noticia particular á la persona, ó personas á cuyo cargo estuviere la administracion de esta hazienda, para que por su orden se acuda con ella á quien la ha de haver.

*Ley x. Que el Presidente y Iuezes de la Casa de Contratacion embarquen los libros de el Rezo, que llevarén los Navios, y den cuenta al Consejo.*

**O**TROSI Mandamos á los Presidente y Iuezes Oficiales de la Casa de Contratacion de Sevilla, que con mucho cuidado reconozcan, vean y entiendan si en algunos de los Navios, que hazen viage á las Indias, se llevan Breviarios, Missales, Diurnarios, Oras, libros Entonatorios, Procesionarios, y otros del Rezo y Oficios Divinos, sin licencia y orden del Monasterio de San Lorenço, y habiendo recogido y embargado los que hallaren, no los entreguen, ni desembarguen hasta que Nos proveamos lo que convenga.

D. Felipe  
Segundo  
en Ma-  
drid á 1.  
de Março  
de 1574.

*Ley xj. Que los Oficiales Reales de las Indias encaminen los libros del Rezo donde fueren dirigidos, cobren su procedido, y lo remitan por cuenta a parte, y què orden ha de guardar la Casa de Sevilla.*

**M**ANDAMOS A nuestros Oficiales Reales de los Puertos de las Indias, que en llegando á ellos algunos Navios con libros del nuevo rezado, remitidos por el Monasterio de San Lorenço, los recivan y pongan todo el cuidado necesario, y encaminen á las Provincias donde fueren dirigidos, y recojan el dinero, plata, y oro, que de su procedido remitiesen nuestros Oficiales de las Provincias, y lo envien en los primeros Navios, que vinieren á estos Reynos, registrado por cuenta

D. Felipe  
Segundo  
en To-  
mar á 15.  
de Mayo  
de 1581.  
D. Felipe  
III. en  
Madrid a  
10. de E-  
nero de  
1610.  
Y en 17.  
de Febrro.  
ro del.

## De los Libros que se imprimen.

á parte dirigido al Presidente, y Iuezes Oficiales de la Casa de Contratacion de Sevilla, para que lo entreguen á la persona que tuviere poder legitimo del Convento, con orden del Comissario General de la Santa Cruzada, administrador de esta hazienda, sin dilatarlo, por ninguna causa, ni razon que sea.

*Ley xij. Que el Oidor mas antiguo de cada Audiencia conozca privativamente de las causas sobre introducir libros en las Indias contra el privilegio de San Lorenzo el Real.*

D. Felipe Segundo en Madrid á 7. de Febrero de 1594.  
D. Felipe Tercero en Aranjuez á postrero de Abril de 1611.

**O**RDENAMOS Y mandamos al Oidor mas antiguo de cada vna de nuestras Audiencias, que entienda y averigue, qué personas contravienen al privilegio concedido al Monasterio de San Lorenzo el Real para imprimir, traer á estos Reynos, y llevar á los de nuestras Indias Occidentales, Breviarios, Missales y otros qualesquier libros del rezo, conforme á Breves de su Santidad, y leyes de este titulo, y procedan, y conozcan privativamente de los pleytos y causas, que se movieren, y lo anexo y dependiente, cada vno en su distrito, executando sus sentencias quanto huviere lugar de derecho, y los Virreyes, ó Presidentes nombren dos, ó tres Oidores para el conocimiento de estas causas en grado de apelacion, y ellos solos las determinen. Y para que tenga cumplido efecto, por la presente inhibimos á los demás Oidores y Alcaldes de el Cri-

men, donde los huviere, Gobernadores, Corregidores y otras nuestras Iusticias, y Iuezes, para que no se entrometan en el conocimiento de las dichas causas en primera, ni en segunda instancia, y las remitan al Oidor mas antiguo. Y mandamos, que las condenaciones se repartan, como está ordenado, y que nuestros Fiscales salgan á la defensa de estas causas en nombre del Monasterio de San Lorenzo, y las figan con especial cuidado, y nos envien relacion de lo que hizieren: tomen cuentas á las personas, que en nombre de el Monasterio recibieren y vendieren los dichos libros, y hagan enviar su procedido á estos Reynos, como se envia, nuestra Real hazienda consignado, conforme está proveido por la ley antecedente.

*Ley xij. Que las condenaciones, que se aplicaren á la Camara de los que huvieren llevado libros de el rezo, sin licencia, se pongan a parte, y el Oidor pueda llevar la que le tocara.*

**M**ANDAMOS, Que las condenaciones, que hizieren los Oidores mas antiguos de nuestras Audiencias contra las personas que huvieren introducido el nuevo rezado, sin guardar la forma referida, se repartan por tercias partes: vna para nuestra Real Camara: otra para el denunciador: y otra para el Iuez que sentéciare la causa, y el Oidor la ponga en Arca, y cuen-

D. Felipe Segundo en el Pardo á 2. de Diciembre de 1587.

Veaſe la l. 27. tit. 8 lib. 7.

ta

## Libro I. Titulo XXII.

ta á parte, y nos avise de la cantidad que fuere, teniendo de todo muy particular cuidado, y pueda llevar la que le tocara como á Iuez, sin embargo de que sea Oidor, que Nos dispensamos en este caso, y con que no sea exemplar para otro.

*¶ Ley xiiij. Que se recojan los libros de Hereges, y impida su comunicacion.*

**P**ORQUE Los Hereges Piratas con ocasion de las presas y rescates han tenido alguna comunicacion en los Puertos de las Indias, y esta es muy dañosa á la pureza con que nuestros vassallos creen y tienen la Santa Fé Catolica por los libros hereticos y proposiciones falsas, que esparcen y comunican á gente ignorante. Mandamos á los Gobernadores y Justicias, y rogamos y encargamos á los Arçobispos y Obispos de las Indias y Puertos de ellas, que procuren recoger

todos los libros que los Hereges huvieren llevado, ó llevaren á aquellas partes, y vivan con mucho cuidado de impedirlo.

*¶ Ley xv. Que de cada libro, que se imprimiere en las Indias, se remitan veinte al Consejo.*

**M**ANDAMOS A los Virreyes y Presidentes, que no concedan licencias para imprimir libros en sus distritos y jurisdicciones, de qualquier materia, ó calidad que sean, sin preceder la censura, conforme está dispuesto y se acostumbra, y con calidad de que luego que sean impressos, entregarán los Autores, ó Impressores veinte libros de cada genero, y pongan particular cuidado de remitirlos á nuestros Secretarios, que firven en el Consejo de Indias, para que se repartan entre los de el Consejo.

D. Felipe IV. en Madrid a 19. de Março de 1647. Y alii á 18. de Setiembre de 1653. D. Carlos II. y la R. G. alia 14. de Mayo de 1668.

D. Felipe Tercero en Madrid á 11 de Febrero de 1609.

## Anexo N° 2

### LEY III.

D. Carlos III. por Real res. de 2 de Octubre de 1788 á cons. del Cons. de 12 de Septiembre.

*Reglas que deben observarse en los papeles periódicos, y escritos cuya impresion corra baxo la inspeccion del Juez de Imprentas.*

- 1 Los autores ó traductores de papeles periódicos los presentarán firmados por sí mismos al Juez de Imprentas, solicitando licencia para su impresion.
- 2 Presentado el papel, se pasará al censor que tuviese destinado: y no teniéndole, se le nombrará por el Juez de Imprentas; quien podrá y deberá remitirlo á otro distinto, quando le pareciere y tuviere por conveniente, para evitar que se hagan dueños de la obra, y perpetuos revisores de ella.
- 3 Así los censores como los autores y traductores cuidarán mucho, de que en sus papeles ó escritos no se pongan expresiones torpes ni lúbricas, ni tampoco sátiras de ninguna especie, ni aun de materias políticas, ni cosas que desacrediten las personas, los teatros é instruccion nacional, y mucho ménos las que sean denigrativas del honor y estimacion de Comunidades, ó personas de todas clases, estados, dignidades y empleos; absteniéndose de qualesquiera voces ó cláusulas que puedan interpretarse, ó tener alusion directa contra el Gobierno y sus Magistrados; pena de que se procederá á imponerles ó exigirles las penas establecidas por las leyes.
- 4 En las traducciones ó discursos de otras obras nacionales ó extranjeras que se insertasen en dichos papeles, se pondrá el nombre ó cita del autor ó libro de donde se haya sacado.
- 5 Hecha la impresion del papel periódico , se devolverá el original con un exemplar impreso al Juzgado de Imprentas, para que en todo tiempo se pueda reconocer si la impresion se hizo con el debido arreglo.
- 6 Finalmente los censores no permitirán, que en libros ni papeles se trate de asuntos resueltos por S. M., ó sus Ministros y Tribunales, sin consulta ó permiso de S. M., ó de los mismos Tribunales y Ministros respectivos, ni tampoco de los que esten pendientes formalmente; pues de lo contrario serán responsables el autor y censores.

## Anexo N° 3

[ 14 ]

*Manuel Luxan*, Secretario. — Al Consejo de Regencia. — *Reg. fol. 10.*

---

### DECRETO IX.

DE 10 DE NOVIEMBRE DE 1810.

#### *Libertad política de la Imprenta.*

Atendiendo las Cortes generales y extraordinarias á que la facultad individual de los ciudadanos de publicar sus pensamientos é ideas políticas es, no solo un freno de la arbitrariedad de los que gobiernan, sino tambien un medio de ilustrar á la Nación en general, y el único camino para llevar al conocimiento de la verdadera opinion pública, han venido en decretar lo siguiente:

ARTICULO I. Todos los cuerpos y personas particulares, de qualquiera condicion y estado que sean, tienen libertad de escribir, imprimir y publicar sus ideas políticas sin necesidad de licencia, revision ó aprobacion alguna anteriores á la publicacion, baxo las restricciones y responsabilidades que se expresarán en el presente decreto.

II. Por tanto quedan abolidos todos los actuales juzgados de Imprentas, y la censura de las obras políticas precedente á su impresion.

III. Los autores é impresores serán responsables respectivamente del abuso de esta libertad.

IV. Los libelos infamatorios, los escritos calumniosos, los subversivos de las leyes fundamentales de la monarquía, los licenciosos y contrarios á la decencia pública y buenas costumbres serán castigados con la pena de la ley, y las que aquí se señalarán.



[ 15 ]

v. Los jueces y tribunales respectivos entenderán en la averiguacion, calificacion y castigo de los delitos que se cometan por el abuso de la libertad de la Imprenta, arreglándose á lo dispuesto por las leyes y en este reglamento.

vi. Todos los escritos sobre materias de religion quedan sujetos á la previa censura de los Ordinarios eclesiásticos, segun lo establecido en el Concilio de Trento.

vii. Los autores, baxo cuyo nombre quedan comprendidos el editor ó el que haya facilitado el manuscrito original, no estarán obligados á poner sus nombres en los escritos que publiquen, aunque no por eso dexan de quedar sujetos á la misma responsabilidad. Per tanto deberá constar al impresor quien sea el autor ó editor de la obra, pues de lo contrario sufrirá la pena que se impondría al autor ó editor, si fuesen conocidos.

viii. Los impresores estan obligados á poner sus nombres y apellidos y el lugar y año de la impresion en todo impreso, qualquiera que sea su volumen; teniendo entendido que la falsedad en alguno de estos requisitos se castigará como la omision absoluta de ellos.

ix. Los autores ó editores que abusando de la libertad de la Imprenta contravinieren á lo dispuesto, no solo sufrirán la pena señalada por las leyes segun la gravedad del delito, sino que este y el castigo que se les imponga se publicarán con sus nombres en la gazeta del Gobierno.

x. Los impresores de obras ó escritos que se declaren inocentes ó no perjudiciales, serán castigados con cincuenta ducados de multa en caso de omitir en ellas sus nombres, ó algun otro de los requisitos indicados en el artículo viii.

xi. Los impresores de los escritos prohibidos en

[ 16 ]

el artículo iv, que hubiesen omitido su nombre ú otra de las circunstancias ya expresadas, sufrirán además de la multa que se estime correspondiente, la misma pena que los autores de ellos.

xii. Los impresores de escritos sobre materias de religion sin la previa licencia de los Ordinarios, deberán sufrir la pena pecuniaria que se les imponga, sin perjuicio de las que, en razón del exceso en que incurran, tengan ya establecidas las leyes.

xiii. Para asegurar la libertad de la Imprenta, y contener al mismo tiempo su abuso, las Córtes nombrarán una Junta suprema de Censura, que deberá residir cerca del Gobierno, compuesta de nueve individuos, y á propuesta de ellos otra semejante en cada capital de provincia compuesta de cinco.

xiv. Serán eclesiásticos tres de los individuos de la Junta suprema de Censura, y dos de los cinco de las Juntas de las provincias, y los demas serán seculares, y unos y otros sugetos instruidos, y que tengan virtud, probidad y talento necesario para el grave encargo que se les encomienda.

xv. Será de su cargo exâminar las obras que se hayan denunciado al Poder ejecutivo ó Justicias respectivas; y si la Junta censoria de provincia juzgase, fundando su dictâmen, que deben ser detenidas, lo harán así los jueces, y recogerán los exemplares vendidos.

xvi. El autor ó impresor podrá pedir copia de la censura, y contestar á ella. Si la Junta confirmase su primera censura, tendrá accion el interesado á exîgir que pase el expediente á la Junta suprema.

xvii. El autor ó impresor podrá solicitar de la Junta suprema que se vea primera y aun segunda vez su expediente, para lo que se le entregará quanto se hubiese actuado. Si la última censura de la Junta suprema fuese contra la obra, será esta dete-

[ 17 ]

nida sin mas exâmen; pero si la aprobase, quedará expedito su curso.

xviii. Quando la Junta censoria de provincia ó la suprema, segun lo establecido, declaren que la obra no contiene sino injurias personales, será detenida, y el agraviado podrá seguir el juicio de injurias en el tribunal correspondiente con arreglo á las leyes.

xix. Aunque los libros de religion no puedan imprimirse sin licencia del Ordinario, no podrá este negarla sin previa censura y audiencia del interesado.

xx. Pero si el Ordinario insistiese en negar su licencia, podrá el interesado acudir con copia de la censura á la Junta suprema, la qual deberá exâminar la obra, y si la hallase digna de aprobacion, pasar su dictâmen al Ordinario, para que mas ilustrado sobre la materia, conceda la licencia, si le pareciere, á fin de excusar recursos ulteriores.

Tendrálo entendido el Consejo de Regencia, y cuidará de hacerlo imprimir, publicar y circular. — Real Isla de Leon 10 de Noviembre de 1810. — *Luis del Monte*, Presidente. — *Evaristo Perez de Castro*, Secretario. — *Manuel Luxan*, Secretario. — Al Consejo de Regencia. — *Reg. fol. 11 — 13.*

---

## DECRETO X.

DE 15 DE NOVIEMBRE DE 1810.

*Sobre alistamiento de 800 hombres para el ejército.*

Las Córtes generales y extraordinarias, penetradas de quan importante y urgente sea para el mejor

## Anexo N° 4

D. 13 de Octubre  
de 1821.  
Declarando innecesaria la censura  
previo para el  
uso de la im-  
prenta.

Desde que se inventó el arte libertador de la imprenta, ha experimentado el orbe social una revolucion benéfica; pues desarrollándose los talentos, y saliendo el genio de la oscuridad que frecuentemente le envolvía, no solo han acrecentado la civilizacion de los pueblos, y reformado muchos y graves abusos, sino que han influido asombrosamente en el destino mismo de las naciones y de los gobiernos. El del Perú, que nada desea tanto como la prosperidad, va á sancionar la libertad de imprenta, porque reconoce el derecho que tienen todos los hombres de pensar, de hablar y de escribir, y porque está convencido de que sin ella son perdidos los mas bellos talentos para la patria, para la causa de la razon y de las luces. Mas al mismo tiempo que concede la libertad de manifestar públicamente su opinion á todo individuo, es necesario impedir su licencia, y evitar que el abuso de aquel arma la convierta, en manos del sedicioso y del perverso, en un instrumento de desorganizacion y de venganzas.

Deseando pues, acelerar los progresos de la causa pública, y poner al mismo tiempo á cubierto de los tiros de la ca-

lumnia la propiedad mas augusta del hombre, que es su honor, declaro :

Art. 1. Todo individuo puede publicar libremente sus pensamientos sobre cualquiera materia, sin estar sujeto á ninguna prévia censura, aprobacion ó revision.

Art 2. El que abusando de esta libertad, atacare en algun escrito los dogmas de la religion católica, los principios de la moral, la tranquilidad pública y el honor de un ciudadano, será castigado en proporcion á la ofensa, prévio el dictámen, sobre la existencia del delito, de la Junta conservadora de la libertad de imprenta, de que se tratará mas adelante.

Art. 3. A los ministros fiscales compete entablar acusacion contra los que atacaren, por medio de la imprenta, la religion del Estado y la moral pública, ó incurriesen en el crimen de sedicion ó traicion, segun los define el Estatuto provisorio.

Art. 4. El autor de todo escrito, que difame á una persona, podrá ser perseguido por esta conforme á lo dispuesto en el artículo séptimo : y en caso de no probar legalmente su asercion ante las justicias competentes, será responsable

de los perjuicios que hubiese causado al injuriado, se le castigará con la severidad que merezca la calumnia, y estará obligado á hacer imprimir á su costa la sentencia, y distribuirla á satisfaccion de su adversario.

Art. 5. En todo escrito se designará el lugar y año de la impresion. El impresor, librero, ó cualquiera otra persona, que venda escritos anónimos que incurriesen en las penas establecidas por la ley, es responsable de aquellos, y está sujeta á sufrir estas, siempre que, solicitado por la autoridad competente, no declare y haga constar de un modo innegable quien es el autor de los escritos mencionados. •

Art. 6. Se establecerá una junta compuesta de diez y ocho individuos de probidad é ilustracion, nombrados por la ilustrisima Municipalidad, y titulada *Junta conservadora de la libertad de imprenta*, Solo durará un año en el ejercicio de sus funciones.

• Art. 7. Se sortearán de los diez y ocho individuos siete, los que formarán el tribunal que debe declarar de hecho si hay ó no, abuso en el escrito, que motiva la reclamacion.

Art. 8. Todo acusado ante la Junta conservadora tiene derecho á exigir que

se le faciliten cuantos medios crea necesarios á su defensa y á recusar cuatro de los vocales de ella sin expresar motivo alguno: en cuyo caso, serán reemplazados por otros tantos sorteados del mismo modo entre los once restantes.

Art. 9. Si la Junta conservadora absuelve al acusado, fenece la causa: pero en caso de condenarle, conserva este un derecho para solicitar que los otros siete miembros, que no han sido jueces ni recusados, la revean. Si es absuelto, no se le puede perseguir mas; pero si concurre el dictámen de esta segunda Junta con el de la primera, pasará el conocimiento de la causa á las justicias

ordinarias, las que tomarán las medidas oportunas para que se recojan todos los ejemplares del escrito, y aplicarán al delincuente las penas establecidas por la ley. En la resolucion de la Junta conservadora, son suficientes tres votos para salvar al acusado.

Art. 10. Este decreto conservará toda su fuerza y vigor, interin se establece en el Perú un Gobierno permanente.

Dado en el Palacio Protectoral de Lima, Octubre trece de 1821. — 2.º

JOSÉ DE SAN MARTIN. — JUAN GARCIA DEL RIO.

## Anexo N° 5

### MINISTERIO DE ESTADO

EN EL DEPARTAMENTO DE GOBIERNO.

Don José Bernardo de Tagle, Presidente de la República del Perú, etc.

L. 3 de Noviembre de 1823.  
Reglamento de imprenta.

Por cuanto conviene al ejercicio del poder que me ha confiado, ordeno lo siguiente:

#### EL CONGRESO CONSTITUYENTE DEL PERU.

Para hacer efectivo el precioso derecho que todos tienen de escribir, publicar y circular sus ideas, y que no se haga ilusorio por los abusos y el desorden:

Decreta lo siguiente.

#### TITULO I

##### DE LA EXTENSION DE LA LIBERTAD DE IMPRENTA.

Art. 1. Todo peruano tiene derecho á manifestar sus pensamientos por medio de la prensa sin precedente licencia.

Art. 2. La regla del artículo anterior sufre la limitacion solamente de los escritos que versen sobre los libros de la santa escritura; sobre los artículos y dogmas de la religion de la República, sobre la moral religiosa, y sobre la disciplina esencial de la iglesia, los cuales para imprimirse necesitan de la expresa licencia del ordinario.

Art. 3. Este no podrá negarla sin previa censura; de la que, siendo contraria, dará traslado al autor, ó editor, á fin de que, si no se conforman, puedan contestar exponiendo sus razones, para que se proceda á nueva censura.

Art. 4. Siendo esta contraria, y no conformándose el interesado, le queda el recurso á la Junta conservadora de la libertad de la imprenta; la que reconociendo el escrito, lo pasará con su dictámen al ordinario para que con mayor

instruccion conceda, ó niegue la licencia dentro del término de tres meses, cuando mas, contados desde la primera vez en que fué presentada la obra.

Art. 5. Si cumplido dicho término, todavia reusa dar, ó negar la licencia, podrán los interesados recurrir de nuevo á dicha Junta conservadora, para que eleve el recurso al conocimiento del Congreso.

#### TITULO II

##### DE LOS ABUSOS DE LA LIBERTAD DE IMPRENTA.

Art. 6. Se abusa de la libertad de imprenta:

1.º Cuando se publican máximas, ó doctrinas que conspiran directamente á trastornar, ó destruir la religion de la República, ó su Constitucion política.

2.º Publicando doctrinas, ó máximas dirigidas á exitar la rebelion, ó perturbacion de la pública tranquilidad.

3.º Incitando directamente á desobedecer alguna ley, ó autoridad legitima: ó provocando á esta desobediencia con sátiras, ó invectivas.

4.º Imprimiendo escritos obscenos, ó contrarios á las buenas costumbres.

5.º Injuriando á una ó mas personas con libelos infamatorios, que tachen su vida privada, y mancillen su honor, y buena reputacion.

Art. 7. Aun quando se ofrezca probar la imputacion injuriosa, se le aplicará la

pena al autor, ó editor del libelo infamatorio.

Art. 8. Si en algun escrito se imputaren delitos cometidos por algun empleado, ó corporacion en el desempeño de su destino, y el autor ó editor prueban su aserto quedan libres de toda pena.

### TITULO III

#### DE LA CALIFICACION DE LOS ESCRITOS ABUSIVOS DE LA LIBERTAD DE IMPRENTA.

Art. 9. Los impresos que conspiren directamente á trastornar, ó destruir la religion de la República, ó su Constitucion política, se calificarán con la nota de *subversivos*, en primero, en segundo, ó en tercer grado.

Art. 10. Esa graduacion se hará segun la mayor ó menor tendencia del escrito á trastornar, ó destruir la religion de la República, ó su Constitucion política.

Art. 11. Siguiendo la disposicion del precedente articulo, se calificarán de *sediciosos*, ó en primero, ó en segundo, ó en tercer grado los impresos en que se publiquen máximas, ó doctrinas dirigidas á excitar la rebellion ó la perturbacion de la pública tranquilidad.

Art. 12. Los impresos que inciten directamente á desobedecer las leyes, ó autoridades legítimas, se calificarán con la nota de *incitadores á la desobediencia* en primer grado; y aquellos en que se provoque á esa desobediencia con sátiras, ó invectivas, con la nota de *incitadores en grado segundo*.

Art. 13. Se calificarán con la nota de obscenos, ó contrarios á las buenas costumbres, los impresos que ofendan á la moral, ó decencia pública.

Art. 14. Tendrán la nota de *libelos* infamatorios, los escritos que vulneren el honor, ó reputacion de los particulares, tachando su conducta privada; y segun la gravedad de las injurias, atendidas todas las circunstancias, serán

calificados de infamatorios en primero, en segundo, ó en tercer grado.

Art. 15. En la calificacion de escritos no se usará de otras notas, que las detalladas en los precedentes articulos. Cuando ninguna de ellas sea aplicable, se usará de la fórmula : *Absuelto*.

### TITULO IV

#### DE LAS PENAS CONTRA LOS QUE ABUSAN DE LA LIBERTAD DE IMPRENTA.

Art. 16. Serán castigados con seis años de prision en lugar seguro, el autor, ó editor de un escrito calificado de subversivo en primer grado: con cuatro años los de un escrito subversivo en segundo grado y con dos años los de un escrito subversivo en tercer grado. Además serán privados de sus empleos, y honores los delincuentes; y si fueren eclesiásticos, serán ocupadas sus temporalidades, salva la congrua sustentacion.

Art. 17. Con la misma graduacion se aplicarán las penas del precedente articulo, á los autores, ó editores de impresos subversivos.

Art. 18. A los autores, ó editores de impresos que inciten á la desobediencia en primer grado, se les castigará con un año de prision en lugar seguro: á los incitadores en segundo grado, con cien pesos de multa; y si no pudieren satisfacer esa cantidad, con dos meses de prision.

Art. 19. Los autores, ó editores de impresos obscenos, ó contrarios á las buenas costumbres, pagarán una multa equivalente al valor de un mil y quinientos ejemplares, al precio de venta; y cuando no puedan hacer efectiva dicha suma, serán destinados cuatro meses á sepultar cadáveres en el campo santo.

Art. 20. Se aplicará la pena de tres meses de prision, y una multa de doscientos pesos al autor, ó editor de un

libelo en grado primero; dos meses de prision y ciento cincuenta pesos de multa á los de un libelo en segundo grado: y á los de libelos en tercer grado, un mes de prision, y setenta y cinco pesos de multa. Si no tienen con que satisfacer la multa se doblará la prision en parte segura.

Art. 21. Además de las penas que especifican los artículos precedentes, serán recojidos todos los ejemplares que existieren para suprimirlos en el todo, ó en parte, segun los términos declarados por los jueces.

Art. 22. Todo el que retiene, ó vende uno ó mas ejemplares de un impreso mandado recoger, debe pagar en clase de multa el valor de un mil ejemplares del escrito á precio de venta.

Art. 23. Por la reincidencia se aplicará doble pena á la que sufrieron por la infraccion primera.

Art. 24. Los impresores son obligados á pasar á los fiscales y sindicos procuradores, un ejemplar de cuanto imprimen: la contravencion se castigará con diez pesos de multa.

#### TITULO V

##### DE LAS PERSONAS RESPONSABLES.

Art. 25. Es responsable de los abusos cometidos contra la libertad de imprenta el autor, ó editor de un impreso: á cuyo fin deben firmar el orijinal, el que quedará en poder del impresor.

Art. 26. Es responsable el impresor que judicialmente requerido para presentar el original firmado, no lo hiciere; ó cuando no da razon fija del domicilio del autor, ó editor del impreso, ó no presenta persona de abono que responda del conocimiento de dichos sujetos.

Art. 27. Son tambien responsables los impresores que no ponen sus nombres y ápellidos, el lugar, y año de la impresion.

Art. 28. Los impresores de escritos

en que falten todos ó cada uno de los requisitos que detalla el artículo precedente, serán castigados con la multa de cien pesos, en el caso de que los impresos sean calificados con la fórmula de *absuelto*, ó no hayan sido denunciados: sufrirán además las penas señaladas en esta ley si les comprenden las notas especificadas en el título. 3.º

#### TITULO VI

##### DE LAS PERSONAS QUE PUEDEN DENUNCIAR LOS IMPRESOS.

Art. 29. Todo peruano tiene derecho para denunciar á la autoridad competente, todos los impresos que juzgue subversivos, sediciosos, obscenos, ó contrarios á las buenas costumbres.

Art. 30. En los casos de injurias, podrán acusar solamente las personas á quienes las leyes conceden esta accion.

Art. 31. En todos los casos de abusos de imprenta libre, excepto el de injurias, deberán denunciar de oficio los fiscales, ó los sindicos del Ayuntamiento constitucional.

#### TITULO VII

##### DEL MODO DE PROCEDER EN ESTOS JUICIOS.

Art. 32. Las personas que pueden, y deben denunciar los impresos, con arreglo á lo dispuesto en el anterior título, remitirán sus denuncias á uno de los alcaldes de la municipalidad.

Art. 33. Este convocará á la mayor brevedad á los jueces de hecho de que hablan los artículos siguientes.

Art. 34. En los primeros quince dias, las municipalidades de los pueblos donde haya imprenta, nombrarán treinta y dos personas que ejerzan el cargo de jueces de hecho.

Art. 35. Para poder serlo, son necesarios los requisitos que la Constitucion exige de los diputados á Congreso.

Art. 36. Los que cesen en un año, podrán ser reelejidos.



Art. 37. No podrán ser nombrados Jueces de hecho los que ejercen jurisdicción, los comandantes de armas, prefectos, intendentes, gobernadores, secretarios del despacho, ni los empleados en sus secretarías.

Art. 38. Ningun ciudadano podrá excusarse del cargo de Juez de hecho, á ménos que tenga algun impedimento físico, ó moral á juicio de la municipalidad, quien nombrará en tal caso otro que le reemplace.

Art. 39. Al Juez de hecho, que sin haber justificado algun impedimento legal, dejare de asistir al juicio, el alcalde, despues de citarle tres veces, le impondrá una multa, que no podrá bajar de veinticinco pesos, ni subir de cuarenta; duplicándose en caso de reincidencia.

Art. 40. Hecha la denuncia de un impreso, el alcalde á quien se hubiese dirigido, acompañado de dos regidores, y del secretario del ayuntamiento, hará sacar por suerte siete cédulas de treinta y dos, en que estarán escritos los nombres de los jueces. Esta diligencia se sentará en un libro destinado al efecto.

Art. 41. En seguida se procederá á convocar á los jueces, los que serán examinados por el alcalde, si tienen algun impedimento legal para conocer en la causa.

Art. 42. Es impedimento legal, la complicidad, la enemistad conocida, el parentesco de consanguinidad dentro de cuarto grado civil, ó de afinidad en el segundo grado con el acusador, ó con el autor y editor, si son conocidos..

Art. 43. No se admitirá algun otro impedimento.

Art. 44. Si alguno, ó algunos de estos jueces resultasen impedidos, se sortearán otros para completar los siete, observándose lo prevenido en el artículo cuarenta.

Art. 45. La calificación de impedi-

mentos se hará publicamente en una de las salas de la municipalidad.

Art. 46. Calificada la idoneidad de los jueces de hecho, el alcalde les recibirá el siguiente juramento. — « Jurais á Dios, y ofreceis á la patria, haberos bien y fielmente en el cargo que vais á desempeñar, diciendo con imparcialidad y justicia en vista del impreso, y denuncia que se os vá á presentar, si ha, ó no lugar á la formación de causa? *Sí, juramos.* Si así lo hiciereis Dios os lo premie y si nó, os lo demande.

Art. 47. El alcalde se retirará inmediatamente, y los jueces de hecho examinarán la materia, declararán si ha lugar, ó nó á la formación de causa, sin poder usar de otra fórmula.

Art. 48. Para declarar, *que ha lugar á la formación de causa*, basta la pluralidad absoluta de votos.

Art. 49. Verificada la declaración, la extenderán en un libro que para esto se llevará; y al pie de la misma denuncia, que debe insertarse, se firmará por los siete jueces. El primero en el orden del sorteo, hará de Presidente, y la presentará al alcalde que los ha convocado.

Art. 50. Si la declaración fuere — *No ha lugar á formación de causa* — el alcalde pasará al denunciador la denuncia con la expresada declaración, cesando, por este hecho todo ulterior procedimiento.

Art. 51. Si la declaración fuere — *Ha lugar á formación de causa* — el alcalde pasará al Juez de derecho el impreso, denuncia y declaración, para que proceda por los trámites señalados en esta ley.

Art. 52. El juez de derecho tomará inmediatamente las providencias necesarias para recojer todos los impresos que existan en poder del autor, editor, impresores y vendedores, prohibiéndoles retener, ó vender algun ejemplar.

Art. 53. Al contraventor, ya sea por

no haber entregado todos los impresos, ya por haber vendido alguno, se le impondrá una multa que sea el valor de quinientos ejemplares. El que no pudiese pagarla, sufrirá una prision que no podrá pasar de sesenta dias, ni bajar de treinta.

Art. 54. El Juez de derecho procederá tambien á la averiguacion de la persona que con arreglo al título 5.º deba ser responsable.

Art. 55. Solo en caso del antecedente articulo, y por el Juez de la causa, se podrá obligar al impresor á la manifestacion del autor, ó editor de algun escrito.

Art. 56. La contravencion será infraccion de la Constitucion, y castigada con la pena que señalará la ley de infracciones.

Art. 57. Si la declaracion de — *Ha lugar á la formacion de causa* — fuere de un impreso denunciado con notas, que segun la ley deban ser castigados sus autores con pena afflictiva, el Juez mandará prender al responsable.

Art. 58. Si la declaracion de — *Ha lugar á la formacion de causa*. — fuere de un impreso que esta ley manda se castigue á su autor con pena afflictiva, no pagando la multa que en ella se señala, se exigirá fianzas al responsable. Si no la otorga, se le pondrá preso.

Art. 59. Si la declaracion de : — *Ha lugar á la formacion de causa* — fuere de un impreso á cuyo autor no se le deba ó pueda imponer tal pena, el juez le exigirá solamente fianza, ó caucion.

Art. 60. Declarado por los jueces de hecho que — *Ha lugar á la formacion de causa* — de un escrito injurioso, y averiguado su autor, se compelerá á las partes para que en término muy corto comparezcan ánte el juez de paz para el juicio conciliatorio prevenido en la Constitucion.

Art. 61. Practicadas estas diligencias, el juez de derecho pasará á la persona responsable una razon de los jueces que quedan insaculados, para que pueda recusar sin causa alguna diez de ellos ; lo que verificará dentro de veinte y cuatro horas.

Art. 62. De los jueces de hecho restantes despues de los recusados, se extraerán siete cédulas en los mismos términos, y requisitos prevenidos en el artículo cuarenta, convocándose por el juez de derecho las personas que deban asistir.

Art. 63. Le pasará igualmente á la persona responsable copia de la acusacion para que pueda preparar su defensa de palabra, ó por escrito.

Art. 64. El juez de derecho citará para una de las salas de cabildo á los jueces que deban conocer de la causa. Antes de empezar, les tomará el juramento siguiente : « ¿Jurais á Dios haberos bien y fielmente encargado que se os confia, calificando con imparcialidad y justicia, segun vuestro leal saber y entender, el impreso denunciado que se os presenta, arreglándoos á las notas de calificacion expresadas en el respectivo reglamento ? — *Si, juramos, etc.* »

Art. 65. Este juicio deberá verificarse á puerta abierta, pudiendo asistir y hablar el interesado y patrono que le defiende.

Art. 66. Asi mismo podrán asistir y hablar, para sostener la acusacion, el Fiscal, el Procurador general, ó cualquier otro acusador en su caso, por sí, ó por otro que le presente, dejando al acusado la facultad de contestar, despues de haber hablado el que sostenga la acusacion.

Art. 67. En seguida el juez de derecho hará una recapitulacion de todo lo que resulta del juicio, é informará sobre el derecho para ilustracion de los jueces de hecho, los cuales se retirarán

á una estancia inmediata para conferenciar sobre el asunto. Acto continuo calificarán el impreso con arreglo á lo prescripto en el título 3.º.

Art. 68. En este juicio bastan dos votos para absolver, y se necesita la unanimidad de seis para condenar.

Art. 69. Para la calificación del grado, basta la pluralidad absoluta.

Art. 70. En caso de igualdad, se resolverá por lo mas favorable al acusado.

Art. 71. Convenidos los jueces, saldrán á audiencia pública, y el primero en el orden del sorteo, que hará de Presidente, leerá y presentará en manos del juez de derecho, la calificación escrita, y firmada por todos.

Art. 72. Si en la clasificación fuese absuelto el denunciado, usará el juez de derecho de esta fórmula : « Habiéndose observado en este juicio los trámites prescriptos por la ley, y calificándose por los jueces de derecho con la fórmula de absuelto el impreso titulado... denunciado tal dia por... la ley absuelve á N. responsable de dicho impreso; en su consecuencia mando que sea puesto en libertad (si estuviese preso) ó que se le alze la caucion ó fianza sin que este procedimiento le cause perjuicio ni menoscabo en su nombre ó reputacion — lo que se ejecutará inmediatamente.

Art. 73. Todo acto contrario á esta disposicion, será castigado como crimen de detencion ó procedimiento arbitrario.

Art. 74. Si la calificación fuere de las expresadas en los artículos 9, 10, 11, 12 y 13, el juez de derecho deberá usar de la cláusula siguiente : « Habiéndose observado en esta causa todos los trámites prescriptos por la ley, y calificado los jueces de hecho con la nota de.... (una de las contenidas en dichos artículos) el impreso titulado.... de-

nunciado tal dia por.... la ley lo condena á N. responsable de dicho impreso á la pena de.... expresada en el artículo... y en su consecuencia mando se lleve á debido efecto. »

Art. 75. Verificado esto, se tiene el juicio por fenecido, y procederá el juez á su ejecucion, dando una copia autorizada de la sentència al denunciador, y á la persona responsable si la pidiere.

Art. 76. La persona responsable satisfará las costas del juicio con arreglo al arancel, si fuese condenado; si absuelto, saldrán de los fondos de multas.

Art. 77. El tesorero de la municipalidad administrará los fondos que se colecten de multas impuestas con arreglo á esta ley, y llevará cuenta separada, la que rendirá á la municipalidad con intervencion del sindico procurador.

Art. 78. El secretario de la municipalidad, que lo será de estas causas, pasará al sindico procurador anualmente una razon de las multas que se impongan.

Art. 79. Toda calificación del impreso denunciado, y sentencia, sea absoluta, sea condenatoria; se publicará en la Gaceta del Gobierno, á cuyo fin se remitirá un testimonio al editor de este periódico.

Art. 80. Al reimpresor de un papel mandado recoger, se le impondrá pena doble á la que sufrió la persona responsable, á consecuencia de la calificación.

Art. 81. Todo delito por abuso de libertad de imprenta, produce desafuero. Los delincuentes serán juzgados por los jueces de hecho y de derecho con arreglo á esta ley.

Art. 82. Se exceptúan los diputados del Congreso, quienes serán juzgados por abusos de la libertad de imprenta con arreglo á un decreto particular.

Art. 83. Cuando el juez de derecho no haya impuesto la pena designada en

esta ley, podrá apelar cualquiera de las partes á la Corte Superior de Justicia en el término de cinco dias, y el juez admitirá la apelacion en ambos efectos.

Art. 84. Podrán apelar igualmente, cuando en el juicio no se hayan observado los trámites ó formalidades prescriptas en esta ley. Esta apelacion será para el solo efecto de reponer el proceso desde el punto en que se haya cometido la nulidad, debiendo en este caso exigir el tribunal la responsabilidad al juez con arreglo á las leyes.

Art. 85. Declarándose infundados estos recursos, se condenará en costas al que los interpusiere.

Art. 86. De la sentencia en vista de la Corte Superior, no ha lugar á súplica, ya confírme, y á revoque.

Art. 87. La sentencia se pronunciará con los autos sin alegato de las partes. Estas podrán informar á la vista de la causa.

#### TITULO VIII

##### DE LA JUNTA CONSERVADORA DE LA LIBERTAD DE IMPRENTA.

Art. 88. Con arreglo á lo dispuesto en el art. 60 de la Constitucion, el Congreso en cada biennio, y en los dias primeros de su instalacion, nombrará á pluralidad absoluta de votos, la Junta conservadora de la libertad de imprenta, compuesta de siete individuos, la que residirá en la capital de la República. Será Presidente, el que fuere el primero en el orden de los nombramientos.

Art. 89. Para ser individuo de esta Junta, son necesarios los requisitos que exige la Constitucion en los diputados á Congreso.

Art. 90. Esta Junta, luego que se instale, formará un Reglamento para su gobierno interior, y lo presentará al Congreso para su aprobacion.

Art. 91. Las facultades de esta Junta son

1.º Proponer al Congreso con su in-

forme las dudas que le consulten las autoridades, sobre los casos extraordinarios que ocurran, ó dificultades que ofrezca esta ley.

2.º Dar cuenta al Congreso de las quejas que presente cualquier autor, ó editor en los casos prevenidos en el título 5.º.

3.º Presentar al Congreso, á principio de cada legislatura, una exposicion del estado en que se halla la libertad política de la imprenta, los obstáculos que haya que remover, ó abusos que deban remediarse, indicando los medios que parezcan mas adecuados.

4.º Examinar las listas de las causas pendientes ó fenecidas sobre abusos de la ley de libertad de imprenta; á cuyo fin los jueces de derecho deberán remitirle en cada trimestre, una razon exacta de ellas.

5.º Cuidar que se publique en la Gaceta del Gobierno, las sentencias dadas en todos los departamentos sobre los abusos de la ley de libertad de imprenta, con arreglo al artículo diez y siete.

Tendreislo entendido, y dispondreis lo necesario á su cumplimiento, mandándolo imprimir, publicar y circular.

Dado en la Sala del Congreso, en Lima, á 3 de Noviembre de 1823. — 4.º y 2.º

MANUEL SALAZAR, Y BAQUIJANO, Presidente.  
— MANUEL MUELLE, Diputado, Secretario.  
MIGUEL OTERO, Diputado, Secretario.

Por tanto ejecútese, guárdese y cúmplase en todas sus partes por quienes convenga. Dará cuenta de su cumplimiento el Ministro de Estado en el departamento de Gobierno.

Dado en Lima, á 12 de Noviembre de 1823. — 4.º y 2.º

Firmado. — JOSÉ BERNARDO TAGLE.

Por orden de S. E. — JUAN DE BERINDOAGA

## Anexo N° 6

### Seccion de Justicia.

NICOLAS DE PIÉROLA,  
JEFE SUPREMO DE LA REPÚBLICA.

#### Considerando:

D. 21 de Enero  
de 1880.  
Disponiendo que  
los agraviados  
por la prensa tienen  
derecho á vindicar-  
se gratis en el periódico que se le  
ofendió.

1.º Que el empleo de la prensa en asuntos de interés personal, no es de suyo reparador, ni garantía eficaz del derecho vulnerado fuera de ella, sino antes bien susceptible de lastimarse mediante él, la buena reputacion y fama de los asociados;

2.º Que de consiguiente, al que es agraviado por la imprenta, debe otorgársele el medio de defensa que sea proporcionado á la agresion de que se le hace víctima;

3.º Que este otorgamiento, es tanto mas justo, cuanto que entre los agraviados por medio de la prensa, puede suceder que haya quien no tenga como pagar su viudicacion; ó, aunque así no sea, no es de modo alguno razonable provocar á nadie, abusando de la libertad de imprenta á que gaste su dinero en defenderse;

4.º Que al linage de abusos que el presente decreto tiende á prevenir, presta tambien su cooperacion el dueño de la imprenta ó tipografia que sirve para practicarlos;

#### Decreto:

Art. 1.º Todo aquel que sea víctima de la difamacion, de la invectiva ó del ridiculo, y en general, todo ciudadano cuya reputacion se lastime en cualquier sentido por la prensa, tiene derecho para vindicarse, á ocupar *gratis* en el periódico en que se le ofendió, el doble del espacio en que se insertó el artículo, mediante el cual se puso su honra en tela de juicio.

Art. 2.º Si la ofensa no hubiese sido hecha en periódico, sino en libro, folleto ú hoja suelta, etc; el deber de publicar *gratis* la vindicacion, será cumplido cuando quiera hacer uso el ofendido de su derecho, por el dueño de la imprenta ó tipografia en que se hizo la publicacion, imprimiendo el doble del libro, folleto ú hoja suelta, ó cos.

teando su defensa al agraviado, en el periódico que elija del lugar, si prefiriere hacer uso de este medio de defensa.

Art. 3.º Si se hiciere en periódico, el editor de él, estará obligado á insertar la vindicacion de preferencia á cualquiera otra publicacion, excepto las oficiales; bajo la pena de pagar, si incurre en demora, una multa de diez á cincuenta libras esterlinas al ofendido, que se hará efectiva, por la autoridad politica, sin perjuicio de publicarse siempre el artículo en que se defiende aquel.

Lo propio sucederá en el caso á que se refiere el artículo 2.º

Art. 4.º Lo dispuesto en el presente decreto no impide que el ofendido haga uso, ante el juez competente, de la accion criminal que las leyes le franquéen, para obtener el castigo del delincuente, si lo hubiere.

El Secretario de Estado en el despacho de Justicia é Instruccion, queda encargado de su cumplimiento y de hacerlo publicar y circular.

Dado en el Palacio de Gobierno en Lima, á 21 de Febrero de 1880.

N. DE PIÉROLA.

*F. Panizo.*

## Anexo N° 7

DECRETO-LEY N° 6961

### Ley de Imprenta

#### LA JUNTA DE GOBIERNO

Considerando:

Que mientras se estudie una reforma integral de la legislación vigente sobre prensa y publicidad, es indispensable ampliar y modificar ciertas disposiciones de la ley de 12 de noviembre de 1823, que resultan anacrónicas o ineficaces;

En uso de las facultades legislativas que le acuerda el Estatuto de 2 de setiembre último;

Ha dado el siguiente decreto-ley:

Artículo 1°—Los que por medio de periódicos o impresos vendidos o distribuidos, puestos a la venta o exhibidos en lugares públicos o por carteles expuestos al público o por medio del cinema, el fonógrafo, el radio, u otro medio análogo de publicidad, cometiesen los delitos de difamación e injuria previstos por los artículos 187 y 188 del Código Penal, contra individuos o corporaciones particulares, serán castigados con prisión no menor de tres meses ni mayor de seis y con multa no menor de veinte soles oro, ni mayor de doscientos soles. En iguales penas incurrirán los que, por los medios indicados, difamen o injurien a funcionarios públicos, si las imputaciones u ofensas no se refieren al ejercicio de sus funciones.

Artículo 2°—Los que por los mismos medios expresados en el artículo anterior cometiesen el delito de calumnia a que se refiere el artículo 186 del Código Penal, serán reprimidos con prisión no menor de seis meses, ni mayor de dos años, y con multa no menor de cincuenta soles oro ni mayor de quinientos.

Artículo 3°—Los que usando la prensa periódica u otro de los medios de publicidad mencionados en el artículo 1° provoquen al homicidio o robo, o al incendio y otros estragos, previstos en los artículos 261 al 267 inclusive, del Código Penal, o a los delitos contra las comunicaciones públicas y contra la provisión de agua, luz y

fuerza a que se refieren los artículos 268 al 271 inclusive, del mismo Código, serán castigados con prisión de tres meses a un año y con multa no menor de cincuenta soles oro, ni mayor de quinientos. Si por efecto de la provocación se hubiese cometido alguno de los mencionados delitos, la pena será la que corresponde a los cómplices.

Artículo 4°—Los que empleando la prensa periódica o alguno de los medios de publicidad mencionados en el artículo 1°, provoquen a los ciudadanos, partidos o gremios, a la lucha armada o a la guerra civil, para destruir violentamente las instituciones sociales, o a alguna de las formas de sedición previstas en el artículo 307 del Código Penal, serán castigados con prisión de uno a seis meses y con multa no menor de cien soles oro ni mayor de mil.

Artículo 5°—Corresponde a los Tribunales Ordinarios, conocer de los delitos, a que se refieren los cuatro artículos anteriores, observando el juzgamiento lo que dispone el Código de Procedimientos en Materia Criminal, según se trate de delitos perseguibles de oficio o exceptuados.

Los plazos para la instrucción y la audiencia señalados en los artículos 165, 166, 195, 202 y 290, del referido Código, durarán la tercera parte del tiempo fijado en dichos artículos.

Artículo 6°—Por los delitos, materia del presente decreto-ley serán responsables el autor de la publicación y el editor de ella, aplicándose a éste la pena correspondiente al cómplice. Si el editor no presenta el original firmado por el autor, o éste no puede ser habido, el editor será castigado como coautor del delito. En las publicaciones periódicas se reputa editor al director de las mismas.

Artículo 7°—Para ser editor de un periódico se requiere ser mayor de edad y no estar privado del goce de los derechos civiles por sentencia judicial.

Artículo 8°—Los editores de periódicos y demás impresos de difusión o publicidad están obligados a formular, por escrito, ante la autoridad política del departamento o provincia, una declaración que contenga: el nombre del establecimiento o taller respectivo, el local donde funciona, la clase de publicaciones a que se dedica y el nombre de dichas publicaciones, si fuesen periódicos.

Igual declaración harán antes de comenzar sus labores los editores de periódicos

o empresas de publicidad que aparezcan o se constituyan en lo sucesivo.

La autoridad expedirá constancia de haberse cumplido esta disposición.

Artículo 9°—El traslado de local del establecimiento, el cambio de nombre de las publicaciones, o la variación de la persona del editor, se harán constar conforme a las mismas reglas preceptuadas en el artículo anterior.

Artículo 10°—Los periódicos deben llevar expresado en la primera plana el nombre de su director.

Artículo 11°—Todo impreso llevará el respectivo pie de imprenta. Se exceptúan únicamente los formularios usados en la vida mercantil y los de cortesía social.

Artículo 12°—Los editores están obligados a remitir un ejemplar de todos los impresos que publiquen a la autoridad política de la provincia o distrito: al Agente Fiscal y a la Biblioteca Pública de la respectiva localidad; y, en Lima, a la Dirección de Gobierno.

Artículo 13°—En la Dirección de Gobierno se llevará un registro de todos los periódicos y demás empresas de difusión o publicidad con las especificaciones a que se contrae el artículo 8°, a cuyo efecto las autoridades políticas remitirán los datos correspondientes a la Dirección expresada.

Artículo 14°—La infracción de las disposiciones contenidas en los artículos 8°, 9°, 10°, 11° y 12°, será reprimida con multa de cincuenta a quinientos soles oro. La multa se hará efectiva coactivamente; y

Artículo 15°—Queda modificada la ley de imprenta de 12 de noviembre de 1823 en cuanto no se conforme al presente decreto-ley.

Dado en la Casa de Gobierno, en Lima, a los cuatro días del mes de diciembre de mil novecientos treinta.

LUIS M. SANCHEZ CERRO.

E. Montagne. — Antonio Beingolea. — J. L. Bustamante R. — J. Alejandro Barco. — M. A. Olaechea. — M. E. Rodríguez. — C. Rotalde.

Por tanto:

Mando se imprima, publique, circule y se le dé el debido cumplimiento.



Dado en la Casa de Gobierno, en Lima,  
a los cuatro días del mes de diciembre de  
mil novecientos treinta.

Rúbrica del Presidente de la Junta de  
Gobierno.

**Bustamante R.**

## Anexo N° 8

LEY N° 15630

### **Reconociendo en todo el País, la profesión de Periodista**

EL PRESIDENTE DE LA REPUBLICA.

POR CUANTO:

El Congreso ha dado la ley siguiente:

EL CONGRESO DE LA REPUBLICA PERUANA.

Ha dado la ley siguiente:

ARTICULO 1º—Reconócese en todo el País la profesión de Periodista.

ARTICULO 2º—Las Universidades Nacionales y Particulares, a través de sus facultades o escuelas de periodismo, extenderán los títulos correspondientes a los periodistas, que a la fecha de la dación de la presente ley, tengan por lo menos seis años en la función periodística, y acompañen el Carnet de miembro activo de alguna de las instituciones que agremia a los hombres de prensa.

ARTICULO 3º—El Poder Ejecutivo designará en el plazo máximo de treinta días, una Comisión, que dentro de un término no mayor de sesenta días, elabore un reglamento de la presente ley. La Comisión presidida por un representante del Poder Ejecutivo, estará integrada, por un representante de la Federación de Periodistas del Perú, y otro de la Asociación de Periodistas del Perú.

ARTICULO ADICIONAL.— Los periodistas sin título profesional, que al promulgarse la presente ley no tengan seis años en el ejercicio del periodismo, seguirán trabajando hasta cumplir el período de tiempo antes señalado, para su profesionalización por esta vez.

Comuníquese al Poder Ejecutivo para su promulgación.

Casa del Congreso, en Lima, a los veinte días del mes de Setiembre de mil novecientos sesenticinco.

DAVID AGUILAR CORNEJO, Presidente del Senado.

ENRIQUE RIVERO VELEZ, Presidente de la Cámara de Diputados.

MANUEL BURGA PUELLES, Senador Secretario.

NICEFORO ESPINOZA LLANOS, Diputado Secretario.

Al señor Presidente Constitucional de la República.

POR TANTO:

Mando se publique y cumpla.

Dado en la Casa de Gobierno, en Lima, a los veintiocho días del mes de Setiembre de mil novecientos sesenticinco.

FERNANDO BELAUNDE TERRY

José Navarro Grau.

## **Anexo N° 9**

### **Código de Ética Periodística de la Federación de Periodistas del Perú**

#### **EXPOSICIÓN DE MOTIVOS**

Estamos convencidos del valor de la Libertad de Prensa en todas sus formas en que se le considere y cualquiera sea el medio empleado. Su práctica responsable es una de las mayores garantías para el Estado de Derecho, la democracia, la justicia, la paz y los derechos humanos.

Para asegurar el fiel cumplimiento de los deberes y los derechos del periodista, así como de las empresas a cargo de los medios de comunicación social, no es suficiente la ley como expresión de Derecho Positivo. La experiencia demuestra que muchas veces la ley trastoca su natural aspiración de lo justo. O el Estado pretende asumir el papel de orientador acerca de cómo se debe ejercer cada una de las importantes funciones de la prensa.

Es entonces cuando se advierte la conveniencia que los propios periodistas y los medios de comunicación social se impongan espontánea, conscientemente, reglas de conducta profesional que regulen el trabajo y sirvan para su auto-disciplina, sobre la base de lo más perfecto que puede tener el hombre: la moral. Y ello porque es imposible negar que se suele transgredir esta norma en perjuicio de las personas y de la sociedad, destinataria directa del servicio de la prensa.

Consecuentemente se escogen fórmulas que se agrupan, como en el presente caso, en Códigos de Ética. Su existencia, sin embargo, no ha de ser sólo formal sino funcional, efectiva, real, llevada a la práctica. Su propósito no es asignar sanciones —ojalá no fueran necesarias— sino evitar la contravención de la guía ética, la cual debe prevalecer sin declinar, para que la prensa cumpla debidamente su inigualable servicio de interés público.

El incesante adelanto tecnológico —a veces con una notoria soberbia—, el peligroso aumento de acontecimientos que desordenan la convivencia social, los avatares de la ocupación política que suelen perturbar el rol indagador y cautelante del periodismo, y la absurda, complaciente y a veces extraña intromisión de quienes desacreditan el fin superior del periodismo con su ejercicio venal, justifican suficientemente la redacción y puesta en vigencia de principios deontológico inalterables que ayuden a dilucidar dudas, reconocer y respetar valores y resolver conflictos de conciencia respecto a lo que se debe hacer frente a hechos y circunstancias diversos. En especial a lo que atañe a la información, campo amplísimo y determinante, complicado y decisivo en la labor de la prensa, en la cual hay que poner la máxima calidad profesional, la más pura y acendrada vocación, el desprecio razonable al peligro, y la ética más exigente.

Es oportuno asumir conjuntamente el reto de aplicar una sólida orientación ética capaz de contribuir a que la prensa satisfaga con toda amplitud y cabalidad su rol de auténtico primer poder de los Pueblos Libres y no como equivocadamente se la considera, el Cuarto Poder del Estado.

El Código de Ética Periodística sirve para conservar el equilibrio, un estado armónico confiable entre la realidad de lo que ocurre y cómo tiene que expresarse, manteniendo el prestigio que jamás ha de perder la prensa como institución federada y de orientación pública.

Estamos convencidos de que el periodista tiene el deber ineludible de ser digno de la confianza de la sociedad y de la credibilidad que ha de merecer su palabra. Un asidero seguro consideramos que puede ser el presente Código de Ética Periodística que proponemos, y que sea respetado, valorado y, su aplicación, requisito "*sine qua non*" para evitar hechos como los siguientes:

A.- Que cualquiera se atreva a fungir de periodista. No es lo mismo ejercer el derecho que tiene toda persona a expresar su pensamiento, sus ideas y opiniones, que hacerlo asumiendo —y comprometiendo a veces gravemente— la alta condición profesional que no se tiene, ya sea por la falta de formación en la especialidad o por evidente carencia de ética.

B.- Que se complazca —por error o a propósito— la sinrazón de "darle al público lo que le gusta" y ofrecer, mediante la prensa, sensacionalismo y vulgaridad.

C.- Que se descienda en la expresión y en la calidad del mensaje, con el fácil pretexto de llegar a las mayorías. Es deber irrenunciable de la prensa mantener su honorable rango. Es su obligación elevar el nivel cultural de los receptores y contribuir así a su educación.

D.- Que se utilice la acreditación como miembro de una institución gremial periodística, de un medio de comunicación social o de una empresa en la que se trabaja como periodista, para usufructuar de ello, solicitando y/o aceptando ventajas para sí mismo de tipo económico y/o material. Los medios de comunicación social deben ser muy exigentes y actuar con diligencia al acreditar a alguien como periodista. Es su responsabilidad comprobar la idoneidad. La Federación de Periodistas del Perú (FPP) está obligada moral y legalmente a revisar sus registros de afiliados y a la exigencia de depurar su padrón. Igual deber corresponde a los organismos que representan a los medios de comunicación social. No todo lo que se imprime, filma, graba o transmite en cualquier medio de comunicación social tiene categoría periodística. Esto se logra por el mérito que le confiere el valor del mensaje y la atinada forma expresiva.

E.- Que se aproveche del ejercicio periodístico para insultar, calumniar, difamar, vejar, denostar, amenazar, divulgar hechos concernientes a la vida privada y a la intimidad, solicitar y/o aceptar recompensa a cambio del silencio o de la publicación de alguna noticia, y otras acciones contrarias a la ética periodística.

## CAPÍTULO 1 NORMAS GENERALES

Art. 1.- Los periodistas están moralmente obligados a ejercer con honestidad. Deben honrar su profesión y hacer que se le respete. Hay que ser dignos de la Libertad de Prensa, considerando en ella las libertades de información, opinión, expresión en todas sus formas, investigación periodística, difusión del pensamiento, fundación de medios

de comunicación social y programas periodísticos. No incurrir en libertinaje. No existe irrestricta de prensa, su límite natural es el derecho ajeno.

Art. 2.- Los periodistas federados de todo el país se hallan sujetos a las normas de este Código de Ética Periodística. Su infracción será sancionada conforme a lo previsto en la parte correspondiente al tribunal de Honor.

Art. 3.- Los medios de comunicación social, las empresas periodísticas, así como las estaciones de televisión, de radiodifusión, de internet, de comunicación virtual del país y otras, que difundan programas periodísticos, pueden adherirse, por convicción, a lo estipulado en este Código de Ética Periodística, conscientes de sus responsabilidad eminentemente social.

## CAPÍTULO II

### ACTOS CONTRA LA PROFESIÓN PERIODÍSTICA

Art. 4.- Son actos contrarios a la ética que debe tener todo periodista respecto a su profesión:

- a) Incurrir en delito doloso que conlleve condena judicial.
- b) Utilizar intencionalmente documentos falsos y/o adulterados, inclusive fotografías, filmaciones, disketes, casetes, grabaciones y otros.
- c) No guardar el secreto profesional. La única excepción, singular, en que espontáneamente se puede revelar la fuente es cuando ésta falta a la verdad con dolo, lo cual produce engaño al público, haciendo que el periodista ofrezca una información descalificada, con grave riesgo de su solvencia profesional y ética.
- d) Servirse de material periodístico ajeno, usurpando, sea inédito, confidencial o ya difundido —en cuyo caso es honesto citar las fuentes—.
- e) Solicitar para sí u otro colega donación alguna, cualquiera sea la razón de necesidad que exista. Todo beneficio social para los periodistas que lo requieran es de cargo y responsabilidad de la respectiva Comisión de Asistencia.
- f) Difundir como noticia de interés público lo que por su naturaleza es material publicitario, salvo en las secciones identificables que el medio de comunicación social designe exprofesamente para ello y que el público pueda reconocer como tales, igual comportamiento debe haber para los publibreportajes.
- g) Eludir la obligación moral de consagrar la vida a su profesión, y enaltecerla, consciente de que por su destino y bien social, ejerce el trabajo considerado el más peligroso del mundo.
- h) Buscar y/o aceptar ventajas a costa de la profesión de periodista, al margen de las que son propias de su ejercicio moral. Hay que merecer el aprecio y el reconocimiento de la sociedad, a la cual se sirve.

i) No acogerse a la Cláusula de Conciencia si la empresa periodística o el medio de comunicación social en que se labora cambia su línea u orientación, con la cual no se coincide. Es ético mantener su propia convicción, lo contrario es inmoral y atenta contra el prestigio propio y profesional. Las creencias y criterios se fundamentan en principios superiores.

j) Descuidar —donde fuere que esté— la conducta personal y el aspecto físico. El periodista, además de respetar su propio prestigio, representa siempre a su gremio y al medio o empresa en la cual trabaja.

### **CAPÍTULO III DEBERES PARA CON DIOS Y LA PATRIA**

Art. 5.- Independientemente de la religión o creencias que se profese, y aún si se declara agnóstico, el periodista está moralmente obligado en su ejercicio profesional a honstar a Dios y los dogmas. Es su deber respetar las creencias religiosas aunque no las comparta.

Art. 6.- Es deber del periodista respetar y defender los intereses nacionales como bienes inalienables del Perú. Y honrar los símbolos patrios, así como la memoria de nuestros héroes, próceres y mártires.

### **CAPÍTULO IV DEBERES PARA CON LOS COLEGAS**

Art. 7.- Los periodistas federados se obligan mediante este Código de Ética Periodística a:

a.- Respetar el derecho de autoría. Citar las fuentes, no plagiar.

b.- Considerar la reputación de los colegas.

c.- Brindar ayuda y asistencia a los periodistas que sufran vejamen en el cumplimiento de su misión; a los que sean perseguidos, acosados o amenazados por causa de sus ideas y opiniones, o por investigar, descubrir y revelar actos de corrupción pública o privada que afecten al país, al Estado, a las personas o a la sociedad en general. Atender, en lo posible, a los colegas que se encuentren en exilio o que sufran carcelería por esas mismas causas y/o por motivos de índole política.

### **CAPÍTULO V DEBERES PARA CON LAS EMPRESAS Y LOS MEDIOS**

Art. 8.- Son actos contrarios a la ética profesional en este rubro:

a.- Revelar la fuente, datos, referencias, material de trabajo y otros que tengan condición de reservado.

b.- Pactar estipendio o haber inferior a lo establecido por la ley o al que corresponda por la clase y responsabilidad profesional de la labor periodística que se desempeñe y cargo que se ejerza. Esto fomenta la competencia desleal en el competitivo mercado de

trabajo. Y la posibilidad de que personas que fungen de periodistas cumplan su cometido con algún propósito distinto de la profesión, con desmedro de ésta, de la calidad del trabajo y del prestigio del medio de comunicación social.

No se incluye en este caso a los estudiantes y/o practicantes de Ciencias de la Comunicación, a quienes es deber orientar. Su número, sin embargo, ha de ser prudentemente incorporado por los medios de comunicación social y otras empresas en las cuales se realice trabajos de prensa, igualmente el tiempo de permanencia en tal condición.

## CAPÍTULO VI DEBERES PARA CON LA SOCIEDAD

Art. 9.- El periodista está obligado a:

a.- La intimidad.- Respetar el derecho de toda persona a su intimidad. La vida es inviolable, salvo el caso extremo de bien y necesidad públicos. Ella es patrimonio moral del titular y de su familia. Quién tiene cargo público no está exceptuado de ser objeto del legítimo derecho de la información y la crítica de parte de la prensa, si con su conducta pone en riesgo o desprestigia sus deberes de función. Considerar siempre el valor de la persona humana.

b.- La Verdad.- El derecho de la información se ejercita sobre la base de la verdad que hay que buscar, investigar y encontrar, para asegurarse de ofrecer una versión fidedigna de los hechos, libre del concepto que pueda tener el periodista sobre ellos. La información debe ser imparcial y vertida con total independencia.

c.- La Opinión.- La opinión está reservada a las secciones destinadas a la orientación del público y al periodismo interpretativo. Como la crítica, es un derecho y un deber irrenunciable, que también requiere de una ética escrupulosa. Orientar con razonamientos y firmeza indismayable, alentar, no espolear, combatir, no herir, defender sin bocezar. Otros también pueden tener la razón.

d.- La Moral.- La difusión noticiosa no debe ofender la moral, las buenas costumbres, ni perturbar la tranquilidad a que tienen derecho los receptores y el público en general.

e.- No al Sensacionalismo.- Ofrecer sin escándalo ni sensacionalismo la información necesaria sobre hechos trágicos, desagradables o que puedan lastimar los normales sentimientos humanos, ser muy cauto con la información relacionada con suicidios, violaciones y hechos negativos en los que estén involucrados, como víctimas o actores la mujer, los niños y adolescentes. No olvidar que diariamente, a cada instante, también ocurren hechos públicos que enaltecen a la persona humana y a la sociedad. Contribuir a ello, buscar y divulgar lo bueno de la vida

f.- Cuidado con la Violencia.- No sobreestimar los actos de violencia, terrorismo, narcotráfico, secuestro, asalto, inseguridad ciudadana y otros hechos, cuyos autores buscan generalmente protagonismo, "liderazgo", notoriedad con lo que se difunda. Limitarse a los hechos. Ser muy prudente con la información gráfica, ya sea esta impresa, televisiva o fílmica. Cuando sea menester la interpretación de la noticia, antecedentes, consecuencias previsibles, referencias de los protagonistas y otros datos

útiles para el mejor conocimiento de los hechos, hacerlo con tino. Respetar en todo momento la desgracia ajena, tener compostura ante la muerte. Promover la solidaridad, no la compasión.

g.- No somos Jueces.- No calificar "*a priori*" al acusado, solamente la sentencia del juez determina la culpabilidad. Toda persona tiene derecho a que se le considere inocente hasta que no se le pruebe lo contrario. No lesionar a nadie con calificativos indecorosos, toda persona humana tiene derecho a un nombre propio y a que se le llame como tal. Aún el delincuente sigue siendo persona.

h.- Respetar la Inocencia Infantil.- Contribuir a mantener la inocencia de los niños y evitar difundir hechos que pongan en riesgo a la niñez y a la juventud. Si es indispensable informar, hacerlo con la mayor medida posible. Más vale silenciar muchas noticias escabrosas, aunque "jalen" público y mejoren el "*rating*". Basta una sola que informe sin dañar. Ningún periodista ni medio de comunicación social deben aprovecharse de la incultura ni de la proclividad a lo morboso. Es inmoral propender a una mayor difusión y a elevar el "*rating*" explotando los instintos, la pornografía, las aberraciones, la privacidad y cualquier otro acto que ofenda la dignidad de la persona humana, así como el prestigio de la profesión de periodista y del medio de comunicación social. La familia y la sociedad deben confiar en la prensa, y éste merecerlo. Su ingreso a cada hogar es un privilegio que debe honrarse.

i.- El Valor de la Noticia.- La noticia es un bien público más que un factor de orden económico. Ha de valer por su contenido y por su forma de expresión. No tiene equivalencia de tipo comercial.

j.- Responsabilidad Compartida.- Periodistas, editores y empresas periodísticas comparten responsabilidad en bien de la sociedad. Es un deber salvaguardar permanentemente los derechos humanos, su defensa y restablecimiento, donde quiera que fuesen conculcados y quienes sean los que lo hagan y, asimismo, promover su respeto.

k.- El Valor del Idioma.- Emplear debidamente el idioma, patrimonio cultural por excelencia. Su uso correcto y pulcro ayuda a elevar los niveles de educación. Lo contrario desnaturaliza el papel de la prensa y causa desmedro en la calidad profesional del periodista. Es preferible evitar el condicional. En caso inevitable, ser prudente. Si hay seguridad de lo que se sabe, decirlo afirmativamente. Expresarse en condicional o con precauciones puede dar la impresión de duda o temor. Y cambios de estados son incompatibles con la misión periodística.

l.- Etnias o Razas.- No tratar de razas. Referirse a las personas como seres humanos con idénticos derechos.

m.- Considerar a los Animales.- Cuidar a los animales e inducir el aprecio hacia ellos. Fomentar el cuidado de las plantas, el amor a la naturaleza y a la sólida y constante defensa del medio ambiente y la ecología como factor de vida. Todo lo que existe es obra de Dios.



## CAPÍTULO VII DEBERES DE LOS MEDIOS

Art. 10.- Reconocer y atender el derecho de quienes se consideren afectados por alguna publicación y/o transmisión en cualquier forma o medio de manifestar su respuesta, aclaración o rectificación, según sea el caso invocado. Si el medio de comunicación social se percata de error, es honorable la espontánea enmienda.

Art. 11.- Diferenciar lo estrictamente periodístico de lo comercial y publicitario. No recibir remuneración alguna por informaciones periodísticas; salvo los publrreportajes, suplementos y encartes, los cuales deben identificarse claramente como tales.

Art. 12.- Respetar la libertad ideológica de su personal. No comprometer a los periodistas a investigar, recibir, fotografiar, filmar, grabar o destacar lo que es moralmente indebido según este Código de ética periodística y que pueda, además, atentar contra el deber y la lata finalidad social de la prensa.

### COMPLEMENTO PROCESAL EL TRIBUNAL DE HONOR

Para aplicar el presente Código de Ética Periodística que antecede se empleará el siguiente procedimiento:

Toda persona que se considere afectada en su dignidad, sentimientos, costumbres, intimidad u otros valores, por cualquier medio de comunicación social, tiene expedito su derecho de defensa, a parte de la acción contenciosa que sea pertinente y decida incoar. La sociedad como tal tiene igual derecho.

Para el efecto se constituye el Tribunal de Honor de la Federación de Periodistas del Perú (FPP) a nivel nacional. Su competencia puede extenderse a los medios de comunicación social y a los organismos que representan los anunciantes, como entes vigilantes de la ética en los comerciales que auspician.

#### 1.- EL TRIBUNAL DE HONOR:

Tiene la facultad para investigar de oficio o a petición de parte las infracciones que se cometen con las normas deontológicas.

El Tribunal de Honor está formado por cinco miembros, quienes son propuestos y elegidos por el Congreso Nacional de la Federación de Periodistas del Perú (FPP).

El Tribunal de Honor sesionará por lo menos una vez al mes en Sesión Ordinaria. Si no hubiere caso específico que tratar, se evaluará el cumplimiento de éste Código de Ética Periodística. Cuando las circunstancias y los hechos lo exijan habrá Sesión Extraordinaria. El Presidente del Tribunal citará a cualquiera de estas dos clases de sesiones, o el secretario, a nombre de aquel y por su encargo expreso. Cualquier miembro del Tribunal de Honor puede solicitar que se sesione. El pedido se hará mediante escrito cursado al Presidente e indicando la razón y el motivo.

La citación a sesiones se formulará mediante esquelas, fijando día, hora y lugar e informando sobre la agenda a tratarse, con una anticipación de 72 horas como mínimo. Sólo por fuerza mayor puede proceder la inasistencia de alguno de los miembros. Si las inasistencias, justificadas o no, pasaran del límite prudente permisible que se fije, se exonerará al miembro que incurra en ellas de integrar el Tribunal de Honor.

El Tribunal de Honor funcionará de acuerdo a estas normas procesales y podrá sesionar indistintamente en cualquier departamento o ciudad del territorio nacional, según lo ameriten los hechos o faltas cometidas al presente Código de Ética Periodística.

## 2.- EL PROCEDIMIENTO:

Interpuesta la denuncia respectiva por la persona afectada, su cónyuge aún en condición supérstite ascendientes, descendientes, hermanos o interpósita persona, se citará a las partes mediante esquila, en un término no mayor de 48 horas calendario. Si es por oficio, la denuncia presentada al Tribunal de Honor por cualquiera de sus integrantes o por uno o varios afiliados de la Federación de Periodistas del Perú (FPP), se citará al denunciado, sea persona individual o a representante del medio de comunicación social en el cual se infringió presuntamente la norma sustantiva.

Las audiencias son públicas o privadas, a criterio del Tribunal de Honor, sobre la base del tipo y gravedad de la infracción cometida.

La parte denunciada podrá responder, hacer su descargo y actuar por sí misma o mediante persona acreditada. No es indispensable que ésta sea letrada, pues no se trata de un "*litis*" o proceso judicial sino de un caso de moral profesional.

El Tribunal de Honor tendrá como elementos de juicio los siguientes:

- 1.- Los hechos que fundamenten la denuncia.
- 2.- La naturaleza y consecuencia del daño causado.
- 3.- Las normas deontológicas vigentes en el Código de Ética Periodística que se hayan violado.
- 4.- Las pruebas —incluyéndose los impresos, grabaciones, videos y otros, la pericial y testifical si fuese necesario—.
- 5.- El resultado de la investigación practicada por (2) miembros del Tribunal de Honor, quienes formarán una comisión especial para el efecto.
- 6.- Lo expuesto por las partes.

Concluida dicha etapa, el Tribunal de Honor cumplirá su cometido sin dilación. Si no hubiera necesidad de ampliar la investigación ni acopiar nuevos elementos de probanza, se fijará día y hora para la Audiencia y se citará a las partes.

Oídos quienes actúen de Fiscal y de Defensa —que puede ser el mismo acusado— el Tribunal de Honor deliberará en todo lo afectado y expedirá su fallo, el cual se dará a

conocer en la misma Sesión o Audiencia. Cada miembro del Tribunal de Honor emitirá su voto secreto. Si de la votación resulta empate, el Presidente del Tribunal de Honor tiene voto dirimente. Actúa como relator el secretario del Tribunal de Honor.

Leído el fallo se levantará un acta donde conste éste. Y será transcrita al libro correspondiente, el cual queda en custodia y bajo responsabilidad de la Federación de Periodistas del Perú (FPP). El presidente del Tribunal de Honor puede guardar para sí una copia del acta donde conste cada fallo emitido durante su ejercicio.

Los fallos del Tribunal de Honor son inapelables, no existe instancia superior competente en materia deontológica, para evitar cualquier reclamo que equivalga a apelación. Las partes declararán agotados sus respectivos recursos en la Audiencia final y antes de que se expida el fallo.

Las filiales departamentales de la Federación de Periodistas del Perú (FPP), con Tribunales de Honor propios, recurrirán al tribunal de honor de la capital de la República que funciona con categoría de nacional y servirá de instancia superior en caso de casación.

El Tribunal de Honor desestimarán todas las denuncias de hechos que por naturaleza, formalidad y consecuencia corresponden ser conocidos y amparados por Tribunales Ordinarios de Justicia. Si se diera el caso de que simultáneamente el hecho implicara también infracción de la norma deontológica y fuera denunciado ante el Tribunal de Honor, éste abrirá trámite porque en tal contingencia no habrá contienda de competencia con el Tribunal Ordinario de Justicia. Son jurisdicciones separadas e independientes.

El Tribunal de Honor no puede ser removido parcial ni totalmente. Sus funciones concluyen al cumplirse el término que corresponde al del Comité Ejecutivo Nacional. Excepcionalmente es válida la remoción de alguno o algunos de sus miembros por causal grave y fehacientemente comprobada. Entre éstas, la resolución consentida y ejecutoriada que imponga condena por delito doloso. Igual razón justifica la separación temporal o permanente de cualquiera de los afiliados de la Federación de los Periodistas del Perú (FPP).

### 3.- LAS INFRACCIONES:

Éstas se tipifican por su naturaleza, formalidad y consecuencia. En general se denominan infracciones al Código de Ética Periodística y pueden ser a) Leves, b) Graves, c) Contra la Federación de Periodistas del Perú (FPP), a la cual se pertenece como miembro activo, honorario de otra categoría, d) Contra la profesión que cautela el respectivo Código de Ética Periodística, e) Contra las personas individuales, f) Contra las personas jurídicas y g) Contra la sociedad.

### 4.- LAS SANCIONES:

Por tratarse de sanciones de orden moral, las que se impongan no pueden salir de éste marco. Sin embargo el Tribunal de Honor, sobre la base del imperio moral de sus fallos, y la máxima finalidad que tiene, así como por la autoridad que le es propia, puede

ejercer su función de proponer, sin categoría obligatoria, la suspensión o la separación según sea la gravedad del hecho inmoral del infractor moderado.

Consecuentemente las empresas responsables de los medios de comunicación social pueden aplicar medidas semejantes. En los casos en que lo decida el Tribunal de Honor, sus fallos pueden hacerse públicos.

#### DISPOSICIÓN FINAL

Este caso CÓDIGO DE ÉTICA PERIODÍSTICA será difundido adecuadamente para su cabal conocimiento y cumplimiento. Todo periodista federado debe cumplirlo. Todo periodista federado debe tener un ejemplar de este Código.

Es aconsejable que también se distribuya entre los alumnos de Periodismo y/o Ciencias de la Comunicación de las diferentes universidades nacionales y privadas del país.

\* Aprobado en el XXII Congreso Nacional "ALFREDO VIGNOLO MALDONADO" realizado en Huampaní, el 27 y 28 de octubre de 2001. Un congreso estatutario realizado en 2006 ha reducido a cuatro el número de miembros del Tribunal de Honor, ha fijado en tres años su mandato y ha sumado la amonestación a las sanciones que puede aplicar.

## **Anexo N° 10**

### **Carta Ética Profesional de la Asociación Nacional de Periodistas del Perú**

1. En el ejercicio de la función periodística debe primar siempre el mantenimiento de una firme conducta moral; la vigorización de todos los factores que tiendan a desarrollar la identidad del Perú como país soberano; la hermandad entre los pueblos para el afianzamiento de la paz; el propósito de difundir la cultura y fortalecer la conciencia social del trabajador; la decisión de avanzar en la consecución de un sistema gubernamental cada vez más democrático; y el irrestricto respeto a la dignidad humana y profesional.
2. Por tanto, honrar la verdad, la libertad, la justicia social y la solidaridad gremial constituyen supremos principios que deben guiar la actividad del trabajador de la comunicación, en general, y del periodista, en particular.
3. El mensaje periodístico será siempre humanista, objetivo y pluralista, a fin de estimular la racionalidad en las relaciones humanas, la prosperidad con justicia para la colectividad y el fortalecimiento de la organización laboral de los trabajadores.
4. El periodista perteneciente a la ANP asume en todo momento su rol en defensa de la libertad de información y expresión y lucha contra todo aquello que signifique peligro, interferencia o atentado contra tal derecho de la persona.
5. Asimismo, debe buscar constantemente su elevación profesional, superándose y luchando contra el empirismo que desdibuja la imagen de la profesión periodística.
6. El periodista integrante de la ANP jamás denigra a sus colegas. Tampoco critica a sus instituciones gremiales con fines subalternos, cuidándose siempre de no usar términos lesivos a la condición humana y profesional de los comunicadores sociales.
7. Por el contrario, ampara a los hombres de prensa que son objeto de difamación, hostilidad, persecución o prisión injusta, proyectando su ayuda a los colegas con problemas económicos o de salud y a los familiares de los periodistas caídos en cumplimiento de su arriesgada misión.
8. No utiliza en su labor el sensacionalismo, la obscenidad ni el chantaje. Menos aún emplea criterios de discriminación racial, ideológica o de sexo, ni induce a la confusión o desnaturaliza las opiniones, tergiversándolas o extrayéndolas maliciosamente de su contexto.
9. El comunicador social guarda el secreto de sus fuentes informativas, no publica por adelantado material que le haya sido confiado para su divulgación en fecha precisa y garantiza el derecho a la rectificación si una persona ha sido equivocada o negativamente aludida a través de los medios de información.
10. Los miembros de la ANP de ningún modo se someten a las presiones de los empleadores (sean estos individuales, empresas editoras, monopolios noticiosos o cualesquier otro), ni a las de regímenes dictatoriales o autoridades abusivas para transgredir las normas de la dignidad, el respeto a la verdad o la defensa de los intereses de la colectividad.
11. Igualmente, exigen el estricto cumplimiento de la legislación laboral, incluyendo especialmente lo relativo a los beneficios profesionales y sociales; reclaman pago justo por sus servicios y se solidarizan con sus compañeros obligados a permanecer sin trabajo por causas ajenas a su voluntad.
12. No aceptan premios o galardones que no sean otorgados exclusivamente en mérito a su competencia y, menos, si pueden poner en tela de juicio su capacidad de crítica constructiva y fiscalizadora a nombre de la opinión pública.

## *Anexos*

\* Esta Carta de Ética Profesional fue aprobada con cargo a redacción, en el Congreso Ordinario de Cajamarca, el 29 de septiembre de 1988.

## **Anexo N° 11**

### **Código de Ética Periodística del Colegio de Periodistas del Perú**

#### **1.- Exposición de motivos**

Con fecha 22 de Septiembre de 1982, por Decreto Supremo N° 006-82, el Gobierno aprobó los Estatutos y el Código de Ética Profesional del Colegio de Periodistas del Perú.

Ahora se considera conveniente modificar este Código y actualizarlo de acuerdo con la realidad presente y previniendo las probabilidades futuras de la prensa. Se pretende que el nuevo Código tenga una vigencia suficientemente larga en el tiempo y útil durante el constante y evolutivo quehacer periodístico. Hay razones para la actualización que se prepone; entre las más importantes se puede citar:

a) Que el Código de Ética vigente no responde a los hechos ni a las circunstancias actuales. Es necesario, adecuarlo a unos ya otras y prever su servicio en miras a las exigencias de la década que ha comenzado y en prudente proyección al nuevo siglo, en que la tecnología aplicable a los medios de comunicación social será mucho mas revolucionaria que la que estamos experimentando en estos momentos, con mucha mayor influencia en el mensaje periodístico.

b) Que el Código de Ética actual es el producto sincero y honesto del Gobierno constitucional que lo expidió. Pero no es fruto del Colegio de Periodistas del Perú ni del valioso aporte de las empresas responsables de los medios. Es consecuencia de la ley N° 23221 de fecha 1° de octubre de 1980 por la cual se creo el Colegio de Periodistas del Perú y, directamente del D.S. N° 006-82 citado.

c) Que es conveniente que el nuevo Código de Ética para los periodistas sea obra autentica de la Orden, en colaboración con las empresas periodísticas, de radiodifusión y televisión, por la responsabilidad que asumen en la difusión informativa. Y que el nuevo Código sea puesto en vigencia por el Colegio de Periodistas del Perú, de conformidad con el primer artículo de la ley 23221, que dispone que aquel “es entidad autónoma de derecho público interno”.

d) Que el Código de Ética actual no es aplicado en la medida necesaria, en la mayoría de los casos porque no prevé hechos específicos y en otros, porque muchos Colegios Departamentales de Periodistas no han cumplido con difundir dicho Código, ni explicar sus alcances y consecuencias. En algunos Colegios no se ha instalado el respectivo Tribunal de Honor como organismo de primera instancia; y la mayoría de los que si lo han hecho en cada periodo, al renovarse las juntas directivas de los Colegios de Periodistas, no funcionan.

Todo esto nos ha llevado a proponer un nuevo cuerpo normativo de la deontología profesional para aplicarlo a los periodistas que se desempeñan como tales en cualquiera de las formas de ejercicio periodístico y, también a todos los medios de comunicación social.

Tal es el CÓDIGO DE ÉTICA PERIODÍSTICA que proponemos y cuya aplicación requerirá el conocimiento cabal de su contenido de parte de todos los, periodistas del país y de las empresas a cargo de los medios de y sistemas de comunicación social con responsabilidad periodística, así como de toda persona jurídica, privada o estatal, bajo cuya responsabilidad se desarrolle trabajo inherente a la profesión periodística.

Respecto de la razón por la cual el nuevo Código de Ética debe ser producto de los mismos periodistas y puesto en vigencia por la Orden, es obvia. Asegurara su idoneidad y salvaguardará a aquellos, así como también a los medios, de cualquier interferencia extraña.

En lo concerniente a los alcances del CÓDIGO DE ÉTICA PERIODÍSTICA, denominación que nos parece más apropiada que Código de Ética Profesional su vigencia debe abarcar a todos los periodistas, colegiados o no, porque a unos y a otros llega ineludiblemente la responsabilidad ética.

Respecto de las sanciones, se puede conservar, con ligeras variantes lo previsto en los artículos 80 al 85 de los Estatutos del Colegio de Periodistas del Perú, que pasan a formar parte del CÓDIGO DE ÉTICA PERIODÍSTICA.

En lo dispuesto en el Art. 85 sugerimos una modificación, dándoles a los Tribunales de Honor de los Colegios Departamentales, así como al Tribunal de Honor Nacional, la facultad para que, de acuerdo a la decisión de sus miembros determinada en votación, los fallos dejen de ser reservados y se publiquen, como aviso pagado por el respectivo Colegio de Periodistas, en el medio que se decida.

Simultáneamente puede darse a conocer la sanción impuesta, como información a través de los demás medios de la localidad. Se sustenta este cambio de procedimiento porque, así como es pública y moralmente dañina la publicación periodística que origina la intervención del o los Tribunales de Honor Departamental y Nacional, la sanción que se derive también debe ser conocida por la opinión pública, a manera de reparación a la vez que de sanción moral para el periodista y/o medio infractor.

Con el nuevo CÓDIGO DE ÉTICA PERIODÍSTICA, se desea, mas que impones sanciones, evitar la contravención de la norma ética.

¿Y cómo someter a esta obligación ética a los periodistas no colegiados? Nos atenemos a lo siguiente, como fundamento:

a) Es principio constitucional que “toda persona tiene el deber de vivir pacíficamente, con respecto a los derechos de los demás y de contribuir a la afirmación de una sociedad justa, fraterna y solidaria” (Art.72).

Todo deber trasciende las previsiones del Derecho Positivo. Y toda norma Jurídica tiene una ineludible raíz ética, por la fuente primigenia de lo cual, surge, tal es el Derecho Natural. Solo así la ley como expresión del Derecho, será moralmente apta para el verdadero orden social. No se puede desligar la trabazón irrompible de lo jurídico con lo ético, de lo legal con lo moral, salvo excepciones que desnaturalizan al Derecho como tal.



b) Nuestra Constitución Política fue formulada sobre la base insustituible del Derecho Natural. Así se desprende al expresar en el Preámbulo la creencia de los constituyentes “en la primacía de la persona humana y en que todos los hombres, iguales en dignidad, tienen derechos de validez universal, anteriores y superiores al Estado”. Esta realidad, nos sirve en el ámbito supremo de la Ética.

Todo periodista entonces, como tal, adquiere un compromiso de orden ético, “*ipso facto*”. EL CÓDIGO DE ÉTICA PERIODÍSTICA es un medio de conservar la disciplina profesional. Y es un instrumento para que se conozca y respete las obligaciones, los deberes del periodista, profesional al servicio de la sociedad humana y hábil para desempeñar su trabajo tanto en el campo del periodismo propiamente, como en relaciones públicas y publicidad y en cualquier otra labor o gestión en que sea necesario su aporte periodista. El sometimiento a la norma ética ayuda al periodista a un indispensable autocontrol, actitud ésta más digna que la sujeción que pueda imponer la autoridad del Estado para satisfacer o llenar el vacío de la falta de ética en el trabajo periodístico.

EL CÓDIGO DE ÉTICA PERIODÍSTICA permite mantener el equilibrio armónico y constante propio del deber ser y del “papel cada vez mas importante que juegan la información y la comunicación en el mundo contemporáneo, tanto a nivel racional como internacional y la responsabilidad creciente que reposan sobre los medios de comunicación y los periodistas”. Como se expresa en los Principios Básicos en los cuales la UNESCO sustenta el código internacional de Ética Periodística aprobado el 21 de Noviembre de 1983 para los 400,000 periodistas en actividad en todo el mundo.

O como se dice en el Preámbulo del Código de Honor Profesional para los periodistas, proyecto propuesto por la organización de las Naciones Unidas. “Esta libertad (de información y prensa a que se refiere este documento) estará tanto mejor salvaguardada si, con un esfuerzo serio de voluntad, el personal de la prensa y de la información, cualquiera que sea el modo de expresión de que se sirve, no deja nunca que se debilite el sentimiento de la propia responsabilidad y se percata cada vez mas profundamente, de la obligación moral que le incumbe de ser sincero y de aspirar a la verdad en la exposición, la explicación y la interpretación de los hechos”. Y sigue: “Por eso, el presente Código Internacional de Honor se promulga para servir como norma en materia de actualización profesional de toda persona encargada de transmitir, de difundir, de comentar noticias e informaciones, de describir con la pluma, con la palabra o con cualquier otro modo de expresión los acontecimientos contemporáneos”.

En ninguno de estos Códigos se hace diferencia entre periodistas colegiados o no; o miembros de alguna otra entidad representativa de quienes ejercen el periodismo.

Estamos convencidos de que el periodista tiene el deber ineludible de responder a la confianza que le brinda la sociedad ya la credibilidad de que ha de ser objeto su palabra. Perder una u otra o ambas es una deshonra en la que no hay que incurrir. En todo trabajo periodístico están involucrados, como en un todo, el honor personal del periodista, el prestigio del medio de comunicación social que representa y el invariable respeto a las personas, al público, cuyos integrantes concuerdan o discrepan con la expresión recibida a través de los medios.

Es responsabilidad de la Orden asegurar el desempeño ético del periodismo solidariamente con los periodistas, sin excepción y las empresas del sector, afianzando el principio de que se ejerce una profesión privilegiada, no por lo que lícitamente obtenga de ella, si no por lo que se debe dar mediante ella a la sociedad y a la Patria.

## **2. Código de Ética Periodística**

### **CAPÍTULO I.- NORMAS GENERALES**

Art. 1º.- Los periodistas están obligados a proceder en todos sus actos con honor, velando por la dignidad de su profesión, del medio y/o centro de trabajo en el cual laboran y de las personas e instituciones, ejerciendo con decoro.

Para ser dignos de la libertad de expresión no hay que incurrir en el libertinaje. No existe libertad irrestricta de prensa, su limite natural es el derecho ajeno.

Art. 2º.- Los periodistas están moralmente obligados a cumplir las normas de este código de ética. Las infracciones serán objeto de denuncia, de oficio o a petición de parte.

Las sanciones se aplicaran de acuerdo a lo estipulado en el capítulo VIII de este código.

### **CAPÍTULO II.- ACTOS CONTRA LA PROFESIÓN PERIODÍSTICA**

Art. 3º.- Son actos contrarios a la ética que debe tener todo periodista respecto a su profesión.

- a) Incurrir en delito doloso que conlleve condena judicial.
- b) Utilizar intencionalmente documentos falsos.
- c) No guardar el secreto profesional.
- d) Servirse de material periodístico ajeno, sea inédito, confidencial o publicado.
- e) Ningún periodista debe de solicitar para si u otro colega, ni para la orden, donación alguna, cualquiera que sea la razón que pueda invocarse. Todo beneficio social para los periodistas será de cargo y responsabilidad de la perspectiva Comisión del Colegio.
- f) Respetar y hacer respetar su condición de periodista. No publicar como noticia de interés público lo que por su naturaleza es material publicitario, salvo en las secciones que cada medio destine exprofesamente para ello y que el público pueda reconocer como tales.
- g) Quienes ejercen el periodismo asumen la obligación moral de consagrar su vida a él, respetándolo y enalteciéndolo, conscientes de que por su naturaleza, destino y riesgos, es la profesión más peligrosa del mundo.
- h) No utilizar jamás la profesión para obtener ventajas personales. No buscar provecho, merecer gratitud y reconocimiento de parte de la sociedad.

i) En el ejercicio periodístico, no debe haber ninguna otra compensación que la íntima satisfacción personal y los emolumentos convenidos y pactados con la empresa y/o y los honorarios profesionales que provengan de servicios prestados sin que estos interfieran ni comprometan al medio de comunicación y/o entidad en que habitualmente se trabaje.

j) El periodista tiene la facultad de acogerse a la cláusula de conciencia si la empresa o el medio en que trabaja cambiara de línea u orientación, con la que no coinciden, de acuerdo a su propia convicción. O si le coactara o forzara de cualquier forma, a escribir contra esa convicción personal.

### CAPÍTULO III.- DEBERES PARA CON DIOS Y LA PATRIA

Art. 4º.- Independientemente de la religión que profese el periodista, está moralmente obligado a respetar a Dios. Igualmente debe respetar las creencias religiosas de las personas, aunque no las comparta.

Art. 5º.- Es un deber ético respetar y defender los intereses nacionales como bienes inalienables de la República Peruana, y guardar el debido respeto a los símbolos patrios y a la memoria de nuestros héroes y próceres.

### CAPÍTULO IV.- DEBERES PARA CON LOS COLEGAS

Art. 6º.- Los periodistas se obligan por este Código de Ética a:

- a).- Respetar el derecho ajeno de autoría. Cumplir con citar las fuentes; no plagiar.
- b).- Respetar la reputación de los colegas y no atentar nunca contra su honor.
- c).- Brindar ayuda y amparo a los periodistas que sufran vejámenes en el ejercicio de la profesión, persecución por razón de sus ideas y opiniones, exilio o carcelería por la misma causa y/o por motivos políticos y cualquier ataque físico en el cumplimiento de su trabajo periodístico.
- d).- Ser solidario con los colegas; no actuar egoístamente.

### CAPÍTULO V.- DEBERES PARA CON LOS MEDIOS, EMPRESAS Y OTROS CENTROS DE TRABAJO DONDE EJERZA COMO PERIODISTA

Art. 7º.- Son actos contrarios a la ética periodística:

- a).- Revelar fuentes, datos, referencias y asuntos de carácter reservado del centro de trabajo donde se labora como periodista.
- b).- Pactar honorarios o haberes inferiores a los establecidos por la ley o a la calidad profesional del trabajo periodístico, porque esto fomenta la competencia desleal en el mercado de trabajo y la posibilidad del desempeño de personas que fungen de periodistas a cambio de retribución económica disminuida o simbólica o de otra clase de compensación, como la figuración. Esto atenta contra la calidad del trabajo profesional y del prestigio del medio y/o empresa.

## CAPÍTULO VI.- DEBERES PARA CON LA SOCIEDAD

Art. 8º.- Respetar el derecho de toda persona a su intimidad. No causar innecesariamente daño moral ni lesionar a propósito la personalidad de nadie.

Recordar que ésta es un conjunto de bienes inmateriales de valor moral para el titular del derecho y su familia en su condición de ser social. Quien tiene un cargo público está expuesto al derecho legítimo de la información de sus actos de función y de la crítica periodística; sí corresponde ejercerlas, pero respetando a la persona humana.

El Derecho a la información se ejerce sobre la base de la verdad que hay que buscar y comprobar, para asegurarse que el público reciba la versión fidedigna de los hechos, libre de la posición y de la opinión que pueda tener el periodista sobre ellos. No manipular la noticia.

Toda información ha de ser imparcial y ofrecida con la mayor objetividad posible. La opinión esta reservada a las secciones destinadas a la orientación de los receptores.

La difusión noticiosa no debe perturbar la moral, el orden ni la tranquilidad a que tienen derecho los receptores y el público en general.

La información de los hechos trágicos, desagradables o que hieren los normales sentimientos, expresarla sin sensacionalismo y evitando toda clase de escándalo. Recordar que la veracidad de lo que se informe exige, siempre, cuidar las formas.

Y no olvidar que también diariamente ocurren hechos positivos que ayudan a vivir y enaltecer a la persona humana y a la sociedad.

No destacar sensacionalistamente los actos de violencia ni de terrorismo, de narcotráfico y otros delitos cuyos autores buscan notoriedad en lo que se escriba y se difunda. Limitarse a los hechos. Ser prudente con la información gráfica. Respetar la desgracia ajena. No estimular con la información ningún acto antisocial. Promover la solidaridad, no la compasión.

No acusar ni lesionar a ninguna persona con calificativos indecorosos. Todo ser humano tiene derecho a un nombre propio. El periodista no es juez; su deber es informar de los hechos y comentarlos con fundamento.

No abusar del poder que se tiene. La prensa es el Primer Poder de los pueblos libres; usarlo con ética para servir debidamente a la sociedad.

Contribuir a mantener la inocencia de los niños y evitar el desquiciamiento de la juventud. Que ningún medio de comunicación social aproveche la incultura y la proclividad a lo morboso; no buscar mayor difusión de su medio explotando la pornografía, las aberraciones ni actos que ofendan la dignidad de las personas y el prestigio de nuestra profesión de periodista. La familia y la sociedad deben confiar en nosotros.

La noticia es un bien público más que un factor de valor económico. Debe valer por sí misma; no tiene equivalencia comercial.

Periodistas, editores y empresas comparten la responsabilidad común en bien de la sociedad a la que sirven a través de los medios de comunicación. Y es su deber salvaguardar permanentemente los Derechos Humanos, su defensa y restablecimiento donde quiera que sean conculcados.

Una forma de respetar al periodismo, al respectivo medio de comunicación social, al público y a uno mismo es empleando debidamente nuestro idioma.

Ayudar así a culturizar, expresándose correctamente.

Respetar las creencias y opiniones ajenas. Cada uno tiene las suyas. No ofender nunca ni menospreciar. No tratar de razas; referirse a los hombres como personas humanas miembros de la sociedad. Por nuestro origen todos los hombres somos iguales.

Considerar a los animales e inducir el aprecio hacia ellos, así como a la naturaleza. Como todo lo que existe también son obra de Dios.

## CAPÍTULO VII.- DEBERES DE LAS EMPRESAS EDITORAS

Art. 9º.- Acoger el derecho de quien se considera afectado por alguna publicación o difusión, en cualquier forma o medio, de manifestar su respuesta, aclaración o rectificación, según sea el caso invocado por él o los titulares de tal derecho, sin esperar la acción notarial y/o judicial que fuere pertinente.

Art.10º.- Diferenciar lo estrictamente periodístico de lo publicitario. No recibir remuneración alguna por informaciones periodísticas. Y que sea claramente reconocible por el receptor la publicidad que, por su forma, pueda sugerirle al público un contexto noticioso.

Art. 11º.- No obligar al periodista que trabaje en la empresa editora, medio de comunicación social, institución o entidad alguna, como tal a escribir, fotografiar o destacar lo que moralmente es lesivo a la persona, como la pornografía, la violencia, el delito, el suicidio y todo cuanto, desde el punto de vista ético, pueda contrariar el deber y la finalidad social de la prensa. Este deber ético coincide con el mandato de la Constitución Política del Perú, que en su Art. 131º dice: “El estado reconoce la libertad de comercio e industria. La ley determina sus requisitos, garantías, obligaciones y límites. Su ejercicio no puede ser contrarios al interés social ni lesivo a la moral, la salud o la seguridad publica”.

Y coincide con la disposición constitucional: “Toda persona tiene derecho a las libertades de información, opinión, expresión y difusión del pensamiento mediante la palabra, el escrito o la imagen, por cualquier medio de comunicación social, sin previa autorización, censura ni impedimento alguno, bajo la responsabilidad de ley” (Art.2º, inc. 4, primera parte).

## CAPÍTULO VIII.- DE LAS MEDIDAS DISCIPLINARIAS

Art. 12º.- El Colegio mediante su respectivo Tribunal de Honor Departamental, sancionará en primera instancia a los miembros que en el ejercicio de la profesión

periodística falten a este Código de Ética Periodística y al juramento prestado al incorporarse a la orden.

Art. 13°.- El Colegio puede aplicar a sus miembros, de acuerdo a la gravedad de la infracción, las siguientes medidas.

- a) Amonestación, que puede ser pública o privada.
- b) Suspensión como miembro de la orden hasta por un máximo de seis meses.
- c) Separación definitiva o por tiempo indefinido, por falta grave calificada por el Tribunal de Honor.

Art. 14°.- Por respeto a la norma ética que está obligado a cautelar, el Colegio advertirá a los periodistas que no son sus miembros, acerca de la ineludible responsabilidad moral que tienen en su desempeño como tales. A los medios de comunicación infractores del presente Código de Ética se les persuadirá de respetar las normas deontológicas.

Art. 15°.- No pueden investigarse ni sancionarse las infracciones que tengan más de dos años de cometidas.

Art. 16°.- La denuncia será presentada directamente por el agraviado o letrado que lo represente, o por el (la) cónyuge, inclusive en su condición de supérstite. O por razón de parentesco derivado de la adopción.

Art. 17°.- Las resoluciones de los Tribunales de Honor departamentales o del provincial del Callao son apelables, dentro del término de diez días de notificado el fallo, ante el Tribunal de Honor Nacional. El periodista en que recae la medida puede informar oralmente por sí mismo o por intermedio de abogado.

Art. 18°.- El procedimiento disciplinario será reservado. Los fallos pueden hacerse públicos si la naturaleza de la falta lo requiere, así como la medida que se imponga. Y se registrarán en un libro especial que quedará en custodia del respectivo Código.

Art. 19°.- Este Código de Ética Periodística será exhibido, para su cabal conocimiento, en lugar visible en todas las salas de redacción y donde lo disponga la respectiva empresa.

Ha sido redactado por el Tribunal de Honor Nacional del Colegio de Periodistas del Perú y aprobado por el Consejo Nacional convocado por el Decano de la Orden, señor Justo Chávez Espinoza. Dicha aprobación tuvo lugar en la sesión efectuada el 24 de junio de 1990, en la ciudad de Ica.

Tribunal de Honor Nacional

Alfredo Vignolo Maldonado, Presidente

Dolores Gálvez C.

Leonardo Ledesma P.

*Anexos*

Milton Von Hesse B.

Juan Zúñiga Sañudo

## **Anexo N° 12**

### **Código de Ética Unificado de la Industria de la Comunicación**

#### **I. ALCANCE**

Los Valores y Principios éticos y sus lineamientos incluidos en este documento se refieren estrictamente a la relación entre quienes participan en las actividades de la Industria de la Comunicación, conformada para los propósitos de este Código por los anunciantes, Agencias de Publicidad y Medios de Comunicación, con el público espectador o consumidor.

Los lineamientos establecidos en este Código son relevantes para quienes participan en las actividades de la industria de la Comunicación, y se definen como Anunciantes, Agencias de Publicidad o Medios de Comunicación, independientemente de que se encuentren o no asociados a los gremios de los respectivos sectores.

El presente Código se desarrolla de conformidad con:

1. El Código de Ética Publicitaria del Perú emitido por el Consejo Nacional de Autorregulación Publicitaria (CONAR), el cual integra en su contenido las Normas del Código Internacional de la Práctica Publicitaria adoptado por la Cámara de Comercio Internacional de París, con ampliaciones y modificaciones de diversos países de Latinoamérica donde existen normas similares y las adaptaciones hechas para el Perú.
2. El Manual de la Ética Publicitaria emitido por la Oficina de Comunicación Social del Vaticano en 1977.
3. Las Declaraciones de Principios de Ética de la Asociación Internacional de Radiodifusión (AIR) en la Convención de Lima de 1955 y de Buenos Aires en 1985.
4. El Código de Ética Publicitaria de la Asociación Nacional de Anunciantes del Perú.
5. El Código de Ética y Creativo de la Asociación Peruana de Agencias de Publicidad.

El presente Código de Ética Publicitaria será aplicado por el Consejo de Autorregulación de la Industria de la Comunicación y esta en actividad para los efectos desde el 1° de Julio de 2001.

#### **II. VALORES Y PRINCIPIOS FUNDAMENTALES DE LA INDUSTRIA DE LA COMUNICACIÓN.**

##### **1. VERACIDAD**

El contenido de toda comunicación debe ser verdadero y completo y transmitido de manera pertinente y honesta. Se incluye aquí la obligación de evitar la manipulación de la verdad por cualquier razón.



1. Las fuentes de información o datos deberán ser identificables, confiables y comprobables. No obstante, se respeta el derecho a guardar el secreto profesional en las actividades periodísticas sobre temas de interés público.
2. Se presentará, o se estará en condiciones de presentar, pruebas que confirmen la veracidad de la información.
3. Los resultados de investigaciones se presentarán en forma clara y completa para el espectador.
4. No se engañará ni inducirá a error por ambigüedad, inexactitud, omisión, etc. al público espectador o consumidor (\*)

(\*) La exageración o magnificación son válidas siempre que no sean determinantes en las conclusiones o decisiones del público espectador o consumidor.

## **2. RESPETO A LA DIGNIDAD DE LA PERSONA HUMANA**

Es un requisito imperativo el respeto por la persona humana, su intimidad, su derecho y obligación de toma decisiones responsables y su libertad de determinación personal. En este sentido, No esta permitida la comunicación comercial que se apoye en la explotación de las inclinaciones inferiores del ser humano o si se compromete la capacidad de reflexión y decisión (autodeterminación) de la persona humana. Debe tenerse especial cuidado con los grupos particularmente vulnerables: niños y jóvenes, ancianos, los pobres y las personas con educación limitada.

1. Se respetará la intimidad de las personas.
2. No se presentará la figura humana, en especial la de la mujer y el niño en situaciones indecorosas, deshonestas o agraviantes.
3. No se discriminará ni estimulará la discriminación sobre la base de raza, religión, sexo, orientación sexual, nivel cultural o económico, limitaciones físicas, etc.
4. No se utilizará representaciones o palabras que ridiculicen, denigren o que de alguna manera ofendan a la dignidad humana.

## **3. RESPONSABILIDAD SOCIAL**

Se debe comunicar una auténtica visión del desarrollo humano en sus dimensiones materiales, culturales y espirituales. Se debe promover el respeto riguroso de los requerimientos morales, de buenas costumbres, culturales y espirituales, basado en la dignidad de la persona y en la propia identidad de cada comunidad, comenzando con la familia y las instituciones religiosas así como el respeto a las autoridades democráticamente constituidas, a las instituciones públicas y privadas y a los símbolos patrios.

1. Se deberá promover el respeto a las autoridades democráticas, instituciones y a los símbolos patrios.
2. Se respetará la imagen de la familia.
3. No se expondrá a menores a material cuyo contenido esté dirigido a adultos.
4. Se deben presentar valores positivos de las conductas humanas.
5. No se transmitirá material que promueva o muestre como valiosas conductas inmorales, groseras, obscenas, repulsivas, antisociales o delincuenciales.
6. No se hará uso de las supersticiones.

7. No se apelará al temor o angustia, a no ser que sea para desalentar conductas o actividades contrarias a la salud o seguridad del público.
8. Se evitará el uso de lenguaje vulgar o grosero (no impide el uso de modismos y giros populares, en los casos en que los personajes o situaciones lo requieran).

### **III. INTERPRETACIÓN**

1. Las disposiciones contenidas en el presente Código deberán ser interpretadas y aplicadas:
  - De acuerdo a la Buena Fe Comercial.
  - Mediante el uso de las reglas propias del entendimiento común del lenguaje. Se evitará las interpretaciones alambicadas, complejas o forzadas. No obstante, cuando el sentido de las disposiciones sea claro, no deberá desatenderse su tenor literal con el pretexto de consultar su espíritu.
  - En consideración a la Doctrina y Jurisprudencia nacional e Internacional de la materia. Deberá promoverse el establecimiento de criterios o lineamientos interpretativos de observancia obligatoria.
2. Dada la naturaleza multigremial de este Código, las Normas de Conducta que aquí se indican son necesariamente guías de carácter general. En caso de imprecisión, duda o vacío, deberá recurrirse a las normas particulares que al respecto haya desarrollado cada sector, cuya aplicación es supletoria. En este sentido, deberán prevalecer sobre ellas las disposiciones establecidas en el Código de Ética Unificado por lo que no se podrán ignorar o violar sus principios y normas.
3. En materia publicitaria, en caso de imprecisión, duda o vacío, los interesados se remitirán a las disposiciones del Código de Ética Publicitaria del CONAR.

### **IV. AUTORREGULACIÓN**

La autorregulación de la comunicación comercial se define y nutre por la aceptación voluntaria de los principios y reglas de comportamiento por quienes participan en las actividades que la componen. Los alcances de la Autorregulación se extienden a los Anunciantes, Agencias de Publicidad y los Medios de comunicación, además de todas las personas naturales o jurídicas que participan en estas actividades como sujetos activos o pasivos.

La Autorregulación funciona eficazmente cuando todos los que intervienen en la industria de las Comunicaciones cumplen activamente con los principios y las reglas establecidas en sus Códigos respectivos; y cuando esta observancia se verifica en todas las etapas en las que se desarrollan sus actividades de comunicación comercial de cara al mercado y los consumidores.

El objeto primordial de la Autorregulación consiste en vigilar la calidad de la información que se brinda a través de la comunicación comercial, además de preservar y acrecentar la credibilidad de la misma. De igual forma, es tarea de la Autorregulación el mantener vigentes y actuales los Valores, Principios fundamentales y reglas de la

actividad, que, para los propósitos de este documento se limitan a aquellos que rigen la relación con el público espectador y consumidor:

1. Veracidad,
2. Respeto a la Dignidad de la Persona Humana y
3. Responsabilidad Social.

Todo ello dentro del marco de responsabilidad con la sociedad peruana y en atención a sus particulares circunstancias económicas, culturales y educativas.

Los principios relacionados con los valores de Leal Competencia (Lealtad) y Legalidad, aplicables a las relaciones de los sectores involucrados, entre sus respectivos asociados y las autoridades democráticas respectivamente, se definen en las normas internas que cada sector haya desarrollado al respecto.

## **Anexo N° 13**

### **Código de Ética y Deontología del Círculo de Periodistas Deportivos del Perú**

#### **DECLARACIÓN DE PRINCIPIOS**

La Ética periodística orienta la conducta de los Periodistas Deportivos hacia el bien, busca lo ideal, lo correcto y la excelencia. La deontología periodística es la base reguladora de los deberes de los periodistas deportivos.

El Código de Ética y Deontología es un conjunto de preceptos que, por su aplicación, garantiza un ejercicio profesional competente, honesto y honorable de los miembros del CPDP. Su cumplimiento es obligatorio para todos y abarca los ámbitos de la moral individual y la ética personal y social del periodista deportivo.

Ejercer el periodismo deportivo es aplicar ciencia y arte de las comunicaciones y por lo tanto se orienta a lograr la más alta calidad periodística deportiva y se fundamenta en el respeto a las personas y la dignidad humana. La profesión periodística deportiva trata y respeta la individualidad, así como la integridad moral, física y social de las personas.

Su misión es orientar a la sociedad en honor a la verdad. Respetar y mantener el respeto al público, a los colegas y otros profesionales y técnicos que participan en la actividad periodística deportiva.

El periodismo deportivo es una disciplina paradigmática del desarrollo humano.

Los principios de autonomía y/o respeto se orientan a destacar los valores que sustentan los derechos fundamentales del hombre y la sociedad.

La solidaridad es un principio inherente al periodista deportivo y a nuestra institución.

La honestidad, el decoro, la integridad moral, constituyen el peldaño más sólido sobre el cual debe transitar el periodista deportivo, apoyando su orientación y control fundamentalmente en los principios éticos de nuestra realidad actual.

#### **APLICACIONES GENERALES**

Art. 1°.- Todas las normas de este Código Ético y Deontológico son de aplicación a los miembros de la profesión periodística deportiva, sin perjuicio de lo dispuesto por la legislación civil, penal y administrativa vigente.

Art. 2°.- Las decisiones jurisdiccionales que se adopten en relación a un periodista deportivo sobre asuntos concernientes al ejercicio de su profesión, no inhibe el ejercicio de la jurisdicción ética por parte del Círculo de Periodistas Deportivos del Perú.

Art. 3°.- Ninguna persona podrá alegar excepciones de incompetencia de juicio pendiente, de prescripción o de cosa juzgada en el fuero común o fueros especiales, cualesquiera que estos fueran, para enervar la acción del Círculo de Periodistas Deportivos del Perú.

Art. 4°.- Este Código es conocido por todos los periodistas deportivos del Perú. Por lo tanto, ningún profesional del periodismo deportivo podrá invocar falta de difusión o desconocimiento del conjunto de normas que constituyen el Código de Ética y Deontología para eximirse de su cumplimiento.

Art. 5°.- Cualquier decisión que se adopte en la jurisdicción común administrativa o militar, no obligan ni constituyen precedente para la investigación y resolución de causas éticas conocidas o seguidas por órganos de expresión.

Art. 6°.- Toda infracción a las normas de este Código, podrá ser denunciada ante el Círculo de Periodistas Deportivos del Perú, por cualquier persona que se sienta agraviada por el ejercicio profesional de un periodista deportivo, cumpliendo las formalidades establecidas.

El CPDP podrá ordenar de oficio la instrucción del correspondiente proceso a aquellos profesionales que hubieran incurrido en hechos susceptibles de reproche ético.

Art. 7°.- El CPDP no admitirá denuncias ni entablará acción por hechos que se refieran exclusivamente a la vida privada de un periodista deportivo.

Art. 8°.- El periodista deportivo que está directa o indirectamente relacionado con hechos o circunstancias investigadas por el CPDP, automáticamente está impedido de participar en cualquier comisión que se constituya. Si se produjera su elección o designación, deberá renunciar, pues sus actos serán declarados por la Junta Directiva como nulos *ipso jure* y el asociado, si no renuncia, será sancionado conforme a este Código.

Art. 9°.- El CPDP promoverá o procurará la defensa del periodista deportivo que, en el ejercicio de la profesión, fuere objeto de denuncia injustificada, injuria o agravio.

Art.10°.- Comete falta a la ética periodística aquel profesional que abusa de su condición, para obtener de una o varias personas cualquier ventaja, provecho o beneficio indebido.

Art. 11°.- El periodista deportivo que sea sancionado, por no cumplir con cualquier norma de los Estatutos del CPDP, el Código de Ética y Deontología y su reglamento, no podrá ser elegido para ejercer cargo alguno en la institución por un (1) año como mínimo, si la falta no es grave. Si la sanción es mayor, se deberá respetar el tenor de la resolución respectiva.

Art. 12°.- La inhabilitación del periodista deportivo por cualquier trasgresión de los Estatutos o de este Código, le hará perder todos sus derechos, mientras dure la sanción.

#### DEL TRIBUNAL DE HONOR

Art.13°.- El Tribunal de Honor del CPDP es el órgano asesor y consultor cuya función es la de conocer, investigar, analizar y resolver de oficio, a pedido de la Junta Directiva o por denuncia, cualquier falta cometida por el periodista deportivo, por trasgresión a

las normas contenidas en el Estatuto y/o en el presente Código de Ética y Deontología, en todo el territorio peruano.

Art.14°.- El Tribunal de Honor estará integrado por cuatro Past Presidentes del CPDP. Su conformación será anual y entra en funciones luego de ser juramentado por la Junta Directiva vigente. Lo preside el Past Presidente de mayor antigüedad.

Art.15°.- Para integrar el Tribunal de Honor, el Past Presidente debe observar una conducta intachable y no ser cuestionado en forma alguna, dentro de la institución, ni haber sufrido condena por sentencia judicial.

Art.16°.- En caso de enfermedad o renuncia voluntaria de uno o más Past Presidentes del CPDP, la Junta Directiva podrá cubrir las vacantes designando a asociados de reconocida trayectoria, que superen los 30 años de ejercicio de la profesión, que no hayan sido cuestionados ni sancionados, tal como señala el Art. 15° de este Código.

Art.17°.- El Tribunal de Honor elaborará su Reglamento interno y cuidará que sea concordante con el Estatuto y con el presente Código. Dicho reglamento será refrendado por la Junta Directiva del CPDP.

Art.18°.- Los fallos del Tribunal de Honor serán elevados a la Junta Directiva, que a mérito de lo que establece el Art. 60 de los Estatutos, se encargará de imponer la sanción acordada.

Art. 19°.- La Junta Directiva del CPDP en ningún caso podrá modificar los fallos del Tribunal de Honor.

Art. 20°.- Si la Junta Directiva del CPDP no cumpliera con imponer al asociado la sanción acordada por el Tribunal de Honor, éste podrá denunciarla ante la primera Asamblea Ordinaria que sea convocada.

#### DE LAS FALTAS Y SANCIONES

Art. 21°.- Cualquier trasgresión a las normas contenidas en el Estatuto del CPDP y del presente Código de Ética y Deontología, será considerada como falta. Las faltas se clasifican así:

- a) Falta muy grave
- b) Falta grave
- c) Falta moderada
- d) Falta leve

Art. 22°.- Se considera falta muy grave, las infracciones éticas contenidas en la Declaración de Principios y en los artículos 12°, 16°, 17°, 18°, 20°, 24°, 25° y 26° de este Código y/o aquellas contenidas en los artículos 28°, 32°, 33°, 34°, 37°, 38°, 41°, 42°, 59° inc. A y B, 60°, 61°, 63°, 66°, 67°, 77° y 78° de los Estatutos del CPDP vigentes. Esta falta será tipificada por el Tribunal de Honor.

Art. 23°.- Se considera falta grave a toda infracción al presente Código y a las normas contenidas en los artículos 24°, 25°, 28°, 29°, 30°, 31°, 32°, 33°, 34°, 35°, 38°, 40°, 44°, 45°, 46°, 47°, 48°, 49°, 50°, 51°, 52°, 53°, 54°, 55°, 56°, 57°, 58°, 59°, 60°, 61°, 62°, 63°, 64°, 65°, 66°, 67°, 68°, 69°, 70°, 71°, 72°, 73°, 74°, 75°, 76°, 77°, 78°, 79°, 80°, 81°, 82°, 83°, 84°, 85°, 86°, 87°, 88°, 89°, 90°, 91°, 92°, 93°, 94°, 95°, 96°, 97°, 98° y 99° de los Estatutos del CPDP vigentes.

45°, 46°, 47°, 48°, 49°, 51°, 52°, 55°, 56°, 57°, 58°, 79°, 80°, 82°, 83° del Estatuto del CPDP. Esta falta será tipificada por el tribunal de Honor.

Art. 24°.- Faltas moderadas son aquellas consideradas de menor cuantía y que no revisten mayor riesgo sobre la buena marcha y reputación del CPDP. Esta falta será tipificada por la Junta Directiva y la suspensión de los derechos del asociado no podrá ser menor de tres meses ni mayor a seis

Art. 25°.- Las faltas leves serán tipificadas únicamente por la Junta Directiva y la sanción será una llamada de atención por escrito o verbalmente.

Art. 26°.- Las sanciones en todos los casos se harán conocer por escrito al asociado infractor, consignando copia en su legajo personal.

Art. 27°.- Los casos de asociados del CPDP, pertenecientes a la matriz, podrán ser apelados ante la Junta Directiva. El caso será revisado y la Junta Directiva emitirá su resolución, que será la última y definitiva.

Art. 28°.- Los asociados de las filiales de provincias apelarán en primera instancia a su filial. En segunda y última instancia podrán apelar directamente ante la matriz del CPDP. La Junta Directiva, si lo estima conveniente, podrá solicitar la intervención del Tribunal de Honor. El fallo que se produzca será definitivo e inapelable.

Art. 29°.- La Junta Directiva del CPDP está obligada a informar por escrito al asociado que apeló, aún cuando la resolución de última instancia sea desfavorable.

Art.30°.- Cualquier infracción no contemplada en el presente Código de Ética y Deontología, ni en los Estatutos del CPDP, será resuelta por la Junta Directiva.

Lima, 22 de abril del 2004.

## Anexo N° 14

### Principios Rectores del Grupo El Comercio

#### De los Valores

##### *Principio Rector 1: La independencia*

SOLO UN COMPORTAMIENTO EDITORIAL INDEPENDIENTE OTORGA AL MEDIO LA AUTORIDAD NECESARIA PARA ORIENTAR A LA COMUNIDAD. \*

i. La independencia representa el factor primordial para alcanzar la veracidad y, por ende, la credibilidad. Solo cumpliendo esta exigencia, los lectores aceptarán las informaciones y criterios orientadores que se difundan. (Ver Principio Rector 2, La veracidad, i; Principio Rector 12, la autonomía informativa, i)

ii. Los medios y periodistas del Grupo actúan con total independencia de los distintos poderes e intereses, sean políticos, económicos, militares, religiosos, societarios o de cualquier índole. (Ver Principio Rector 11, La responsabilidad periodística, v ; Principio Rector 12, La autonomía informativa, i )

iii. La independencia del periodista ante sí mismo, y por consecuencia el dejar de lado las inclinaciones personales, es la más difícil de mantener y por lo tanto la que más atención debe merecernos.

iv. La exigencia de independencia periodística se traslada también al plantel de periodistas en la forma de incompatibilidades con actividades de tipo personal, laboral, social, económico o político y de cualquier otra índole que puedan desempeñar fuera del medio y que puedan afectar su independencia, entre ellos, los cargos públicos que no sean de docencia. Los medios detallan en sus libros de estilo o equivalentes las incompatibilidades que le aplican. (Ver Principio Rector 12, La autonomía informativa iii, iv, v, vi)

v. Las presentaciones públicas y en medios de comunicación de periodistas se realizan previa coordinación y aprobación de la Dirección (o quien esta delegue). Para ello el periodista deberá entender que actúa en representación del medio y del grupo en el que trabaja. La forma en que el periodista se exprese deberá estar acorde con los modos que el diario emplea. Deberá también quedar clara a la audiencia la relación del periodista con el medio del Grupo al que representa, incluyendo su cargo. Por razones de estrategia periodística o mediática el director podrá detener o posponer la presentación.

vi. En resguardo de su independencia, los directores periodísticos deben abstenerse de aceptar citaciones de autoridades políticas a sus respectivos despachos. Se exceptúan los casos de convocatorias gremiales en las que deberán representar al medio. De presentarse situaciones que merezcan otras excepciones, los directores periodísticos deben evaluarlas con tino.

\* Ver Valores del Grupo El Comercio, Libertad; ver Principio Rector 11, La responsabilidad periodística, i ; Principio Rector 12, La autonomía informativa, vii.



### ***Principio Rector 2: La veracidad***

LA BÚSQUEDA DE LA VERACIDAD Y EL MANTENIMIENTO DE LA CREDIBILIDAD SON EXIGENCIAS SUPREMAS DE LOS MEDIOS DEL GRUPO. DE ELLO DEPENDE SU VIGENCIA COMO EL GRUPO INFORMATIVO DE REFERENCIA. \*

i. En la búsqueda de la veracidad, los periodistas del Grupo El Comercio nunca deben detenerse en procurar alcanzar el máximo rigor y equidad: rigor para recoger los hechos de acuerdo a como sucedieron, y equidad para atender los diferentes puntos de vista, especialmente el del denunciado. (Ver Principio Rector 1, La independencia, i; Principio Rector 9, La defensa de la libertad de expresión, ii; Principio Rector 11, La responsabilidad periodística, iv; Principio Rector 17, Las fuentes)

ii. La veracidad de la información debe permitir a los lectores obtener elementos de juicio que los lleven a formarse una opinión acorde con la realidad.

iii. Un elemento fundamental de la veracidad es la firmeza. Sin esta -y sin el coraje que implica- el periodista vacilará cuando deba asumir las consecuencias de decir su verdad. La falta de firmeza resulta así la gran aliada de la mentira o de la media verdad.

iv. La credibilidad del medio parte de la convicción de veracidad que los lectores perciban en las informaciones. Por ello, no se las debe sacar de su contexto o sesgarlas ni aun para satisfacer los intereses o deseos de los lectores. Menos aún se puede caer en el desatino de hacerlo en beneficio del medio, ya sea para mostrar hechos de una manera tal que se acerquen a su línea editorial o en función de objetivos de mercadeo o empresariales. (Ver Principio Rector 12, La autonomía informativa, ii; Principio Rector 15, La objetividad y la subjetividad, ii)

v. Los periodistas del Grupo El Comercio solo difunden informaciones que estén debidamente comprobadas. Constituyen excepción aquellos casos en los que, luego de una profunda evaluación ética y atendiendo a la necesidad de cumplir la misión informativa, los niveles de mando correspondientes llegan a la conclusión de que, a pesar de la falta de confirmación, no difundir el hecho ocasionará un eventual perjuicio a la ciudadanía. La falta de comprobación debe ser señalada en la propia información. (Ver Principio Rector 14, El cumplimiento de la ley, ii; La misión periodística de los medios del Grupo, Misión informativa)

vi. Desde el punto de vista corporativo, la exigencia de veracidad se fundamenta, además, en que la credibilidad del Grupo se irradia desde todos sus medios, por lo que la mala actuación de uno contagiará a todos.

\* *Ver La visión frente al país.*

### ***Principio Rector 3: El entretenimiento, la cultura y el espíritu***

PROPORCIONAR ENTRETENIMIENTO Y CULTURA ES UN SERVICIO QUE LOS MEDIOS DEL GRUPO PRESTAN A LOS CIUDADANOS EN PROCURA DE MEJORAR SU CALIDAD DE VIDA. \*

i. El Grupo El Comercio propugna difundir informaciones que entretengan y eleven el horizonte cultural y espiritual de sus lectores. (Ver La misión periodística de los medios del Grupo)

ii. El concepto de entretener se asume como intrínseco a todas las informaciones. Por más complejo o profundo que sea el tema, una información bien desarrollada no tiene por qué dejar de ser entretenida.

iii. El Grupo entiende el término cultura informativa desde dos acepciones: (Ver Principio Rector 5, El servicio, i, ii)

- La amplia: la entiende dentro del cumplimiento de las misiones orientadoras e informativas dirigidas a nutrir al ciudadano con informaciones de toda índole, encaminadas a satisfacer su intelecto y a elevar su nivel de conocimiento en los temas que sean de su interés. (Ver La misión periodística de los medios del Grupo, Frente a los lectores)

La especializada: referida a la difusión de informaciones centradas en temas eminentemente culturales y artísticos. Suelen ser publicadas en secciones y productos especializados.

iv. El Grupo El Comercio conceptúa la información en el campo espiritual como un apoyo al fortalecimiento del ser humano en su mundo interior. Entiende lo espiritual-religioso desde un criterio ecuménico.

*\* Ver Valores del Grupo El Comercio, Saber ; Principio Rector 10, La defensa de la calidad de vida.*

*\* Ver La visión frente al país*

#### ***Principio Rector 4: La innovación***

EL GRUPO EL COMERCIO ALIENTA LA INNOVACIÓN PERIODÍSTICA COMO UN REQUISITO INDISPENSABLE PARA MANTENER SU LIDERAZGO EN EL MERCADO. \*

i. Para **alentar la actitud innovadora** de sus trabajadores el Grupo El Comercio reconoce y premia estos esfuerzos. No se desalienta incluso ante los proyectos que no llegan a ser exitosos.

ii. El Grupo entiende que para innovar se requiere antes que nada conocer a sus lectores y anunciantes.

iii. El Grupo es abierto a **difundir sus logros innovadores**. Se exceptúan los casos en que se podrían poner en riesgo las actividades estratégicas y aquellas otras que puedan surgir de restricciones legales o contractuales.

*\* Ver Valores del Grupo El Comercio, Innovación; La visión frente a sus múltiples audiencias.*

**Principio Rector 5: El servicio**

EL GRUPO EL COMERCIO PARTE DEL CONVENCIMIENTO DE QUE SOLO SI PRIORIZA EL SERVICIO A SUS LECTORES Y ANUNCIANTES MANTENDRÁ EL LIDERAZGO EN EL FUTURO. PARA ELLO SE DIRIGE A TODOS LOS NIVELES SOCIOECONÓMICOS DENTRO DE UNA COBERTURA DE ALCANCE NACIONAL.

LOS MEDIOS TAMBIÉN PUEDEN SERVIRSE ENTRE SÍ, DENTRO DE LAS POLÍTICAS DE SINERGIA QUE EL GRUPO IMPULSE Y SIN QUE ESTO IMPLIQUE PERDER INDEPENDENCIA. \*

i. Consistente con atender la cultura informativa de los lectores, el Grupo sirve a todos los niveles socioeconómicos. Dependiendo del perfil de cada medio, pondrá énfasis en uno u otro. (Ver Principio Rector 3, El entretenimiento, la cultura y el espíritu, iii)

ii. El Grupo El Comercio entiende el concepto de **servicio periodístico** básicamente desde tres frentes:

- Primero, atendiendo a los lectores en sus requerimientos de cultura informativa. (Ver Principio Rector 3, El entretenimiento, la cultura y el espíritu, iii)
- Segundo, difundiendo informaciones útiles en el sentido de que le solucionen a sus lectores problemas concretos de la vida diaria. Desde el punto de vista genérico, el concepto de utilidad debe estar inmerso en las informaciones publicadas a lo largo de todo el medio y no circunscrito a aquellas especializadas en ofrecer algún tipo específico de servicio informativo.
- Tercero, propugnando que el medio y el periodista se acerquen a sus lectores. Por ello, el Grupo El Comercio favorece que se organicen actividades en las que periodistas y ciudadanos participen conjuntamente.

iii. El Grupo El Comercio entiende el concepto de **servicio al anunciante** desde los siguientes frentes: (Ver Principio Rector 6, La información publicitaria y los valores; La misión frente a los anunciantes)

- Proporcionando una vía de comunicación prestigiosa que le permita difundir su información comercial de manera eficiente, honesta, veraz y rentable.
- Estudiando y analizando sus necesidades para así poder ofrecerle la mejor opción comercial. (Ver Principio Rector 19, El negocio, ii)
- Ofreciendo la más amplia gama de opciones publicitarias, ya sea de manera individual o en conjunto, en los diferentes medios del Grupo.

*\* Ver Valores del Grupo El Comercio, Saber*

iv. **La sinergia o servicio entre medios** se da especialmente en dos áreas:

La primera consiste en compartir informaciones en condiciones que ello no melle su independencia.

La segunda área implica el apoyo mutuo en la promoción de los productos informativos del Grupo, tarea que está a cargo de la oficina corporativa de Márketing Interno. Se

parte del entendimiento de que los directores periodísticos comprenden la importancia de intercambiar este tipo de informaciones promocionales, pero sin dejar de anteponer el criterio de interés para sus lectores y su autonomía informativa. Por ello, Márketing Interno debe producir informaciones que sean noticia. (Ver Principio Rector 12, La autonomía informativa).

***Principio Rector 6: La información publicitaria y los valores***

LA PUBLICIDAD TAMBIÉN ES INFORMACIÓN, SI BIEN DE CARÁCTER COMERCIAL. DENTRO DE ESTE MARCO, SU VERACIDAD ES FUNDAMENTAL PARA CUMPLIR LA VISIÓN Y MISIÓN DEL GRUPO. \*

i. El Grupo El Comercio parte de la base de que la información publicitaria es un **servicio tan valioso para el usuario como la noticiosa**. Por ello, en lo que apliquen, rigen para la información publicitaria los presentes Principios Rectores.

ii. Obedeciendo la misión de ofrecer un eficaz servicio, las oficinas comerciales deben **tener una idea precisa de las necesidades de sus anunciantes**. Esta es una exigencia fundamental para permitirle difundir su información comercial en forma eficiente, honesta, veraz y rentable. (*Ver La misión frente a los anunciantes*)

iii. La forma como la información publicitaria se presenta a los lectores debe ser **diferente a la de la información noticiosa**, de tal manera que a los lectores les quede totalmente claro qué tipo de información reciben.

iv. En consideración a que los medios del Grupo subsisten gracias a la calidad de los contenidos que difunden, **la publicidad no puede interferir con la calidad del producto informativo ni con los derechos del lector**. De darse el caso, el director periodístico o quien este delegue pueden retirar la pieza publicitaria, potestad que debe ser ejercida con la necesaria mesura. (*Ver Principio Rector 12, La autonomía informativa, v, vii*)

v. Por razones éticas y de responsabilidad legal, los directores periodísticos de los medios, o aquellos en quienes estos deleguen, deben, en cada caso, decidir sobre la difusión de toda aquella **publicidad que contenga comunicados** u otra información que pueda ir en contra de estos Principios Rectores. Cada medio establece el respectivo procedimiento de consultas en coordinación con el área de comercialización.

vi. Los directores periodísticos, **sus editores y periodistas apoyan al área de comercialización**. Lo hacen de manera especial en lo que compete a lograr la mejor presentación y eficiencia de la publicidad. El apoyo no implica intervenir en la gestión de venta, sesgar contenidos a pedido del área comercial, ni acción alguna que la distancie de su línea editorial.

\* *Ver Principio Rector 5, El servicio, iii; La visión frente a los anunciantes; La Misión frente a los anunciantes.*

***Principio Rector 6: La información publicitaria y los valores***

LA PUBLICIDAD TAMBIÉN ES INFORMACIÓN, SI BIEN DE CARÁCTER COMERCIAL. DENTRO DE ESTE MARCO, SU VERACIDAD ES FUNDAMENTAL PARA CUMPLIR LA VISIÓN Y MISIÓN DEL GRUPO. \*

i. El Grupo El Comercio parte de la base de que la información publicitaria es un **servicio tan valioso para el usuario como la noticiosa**. Por ello, en lo que apliquen, rigen para la información publicitaria los presentes Principios Rectores.

ii. Obedeciendo la misión de ofrecer un eficaz servicio, las oficinas comerciales deben **tener una idea precisa de las necesidades de sus anunciantes**. Esta es una exigencia fundamental para permitirle difundir su información comercial en forma eficiente, honesta, veraz y rentable. (*Ver La misión frente a los anunciantes*)

iii. La forma como la información publicitaria se presenta a los lectores debe ser **diferente a la de la información noticiosa**, de tal manera que a los lectores les quede totalmente claro qué tipo de información reciben.

iv. En consideración a que los medios del Grupo subsisten gracias a la calidad de los contenidos que difunden, **la publicidad no puede interferir con la calidad del producto informativo ni con los derechos del lector**. De darse el caso, el director periodístico o quien este delegue pueden retirar la pieza publicitaria, potestad que debe ser ejercida con la necesaria medida. (*Ver Principio Rector 12, La autonomía informativa, v, vii*)

v. Por razones Éticas y de responsabilidad legal, los directores periodísticos de los medios, o aquellos en quienes estos deleguen, deben, en cada caso, decidir sobre la difusión de toda aquella **publicidad que contenga comunicados** u otra información que pueda ir en contra de estos Principios Rectores. Cada medio establece el respectivo procedimiento de consultas en coordinación con el Área de comercialización.

vi. Los directores periodísticos, **sus editores y periodistas apoyan al Área de comercialización**. Lo hacen de manera especial en lo que compete a lograr la mejor presentación y eficiencia de la publicidad. El apoyo no implica intervenir en la gestión de venta, sesgar contenidos a pedido del Área comercial, ni acción alguna que la distancie de su Área editorial.

*\* Ver Principio Rector 5, El servicio, iii; La visión frente a los anunciantes; La Misión frente a los anunciantes.*

**De la Línea Editorial**

***Principio Rector 7: La defensa de la democracia***

LOS MEDIOS DEL GRUPO MANTIENEN UNA LÍNEA EDITORIAL COMPROMETIDA CON LA DEFENSA DE LA DEMOCRACIA Y, CONSECUENTEMENTE, CON LA VIGENCIA DE UN ESTADO DE DERECHO. PROFESAN UN PLURALISMO INFORMATIVO. PROPENDEN A LA

## INSTITUCIONALIZACIÓN DEL ESTADO, A LA DESCENTRALIZACIÓN DEL PAÍS Y A LA INTEGRACIÓN INTERNACIONAL. \*

Durante su **historia**, el Grupo El Comercio ha sido testigo de excepción de las más amargas experiencias antidemocráticas y sus nefastas consecuencias históricas para el país.

Ha podido comprobar que, de los sistemas políticos conocidos basados en la libertad del individuo, solo la democracia puede asegurar el desarrollo sostenido y la consecuente calidad de vida.

Se tiene conciencia, por las comprobaciones históricas, de que es fácil para un país, incluyendo la prensa, dejarse obnubilar por las **soluciones políticas facilistas** —los golpes de Estado son el ejemplo emblemático—. Sin embargo, estos facilismos suelen implicar la trasgresión de principios democráticos y el consecuente quiebre del Estado de derecho.

Cuando alguien ha optado por el atajo, este ha significado resquebrajar casi inexorablemente los cimientos mismos de **la democracia** con consecuencias, a la larga o a la corta, negativas para el ciudadano. Por ello, el Grupo se opone a todo tipo de alteración, acomodo o interpretación maliciosa que tenga como fin justificar la trasgresión de la institucionalidad democrática.

De acuerdo con su **espíritu pluralista**, el Grupo El Comercio informa sobre todas las tendencias políticas. Se exceptúan las que propugnan la violencia y la ruptura del Estado de derecho para el cumplimiento de sus fines. Solo el director periodístico puede, en aras de la misión informativa, autorizar las excepciones. (*Ver La misión informativa, Principio Rector 8, La defensa de los derechos humanos, ii, iii*)

El Grupo respalda el **fortalecimiento de las instituciones**, base de toda democracia sólida.

Propugna **la descentralización** en cuanto esta procura el desarrollo de los ciudadanos de todo el país. Por ello, atiende las preocupaciones y necesidades informativas de las regiones.

En el plano internacional, y consciente del actual proceso de globalización, impulsa la sana **integración** de los pueblos, especialmente la de los miembros de la comunidad iberoamericana.

\* *Ver Valores del Grupo El Comercio, Orden; La visión frente al país.*

### ***Principio Rector 8: La defensa de los derechos humanos***

LOS MEDIOS DEL GRUPO PROPUGNAN LA VIGENCIA DE LOS DERECHOS HUMANOS, LA CONVIVENCIA PACÍFICA ENTRE LOS PUEBLOS Y LA IGUALDAD ENTRE LOS HOMBRES.

i. El Grupo defiende la **vigencia de la Declaración Universal de los Derechos Humanos** y las demás normas inspiradas en ella. Por consiguiente, defiende a quienes

ven sus derechos vulnerados o amenazados. (Ver Principio Rector 7, La defensa de la democracia, iv)

ii. Es partidario de una **cultura de paz** y de la consecuente solución pacífica de las diferencias entre los pueblos. Sin embargo, no deja de propugnar la más enérgica y legítima defensa cuando la seguridad del país es amenazada por una agresión armada.

iii. El Grupo reacciona ante hechos que atentan **contra la igualdad de las personas y los derechos de las minorías**. Se opone así a cualquier tipo de segregación, ya sea de raza, sexo, política, religión, económica, etcétera. (Ver Principio Rector 7, La defensa de la democracia, iv).

#### ***Principio Rector 9: La defensa de la libertad de expresión***

LOS MEDIOS DEL GRUPO NO CEJAN EN LA DEFENSA DE LA LIBERTAD DE EXPRESIÓN Y DE PRENSA. LA ENTIENDEN DESDE TRES ESCENARIOS DISTINTOS: COMO EL DERECHO QUE DEFIENDE A TODOS LOS DEMÁS DERECHOS; COMO EL DERECHO DE LOS CIUDADANOS A DAR Y RECIBIR INFORMACIÓN Y OPINIONES; Y COMO EL MARCO QUE PERMITE A LOS MEDIOS EJERCER SU FUNCIÓN PERIODÍSTICA. EL GRUPO PROPUGNA Y DEFIENDE TAMBIÉN EL EFICIENTE, ASEQUIBLE Y COMPLETO ACCESO A LA INFORMACIÓN PÚBLICA.

i. El Grupo El Comercio entiende que la lucha por la libertad de expresión no es solo en beneficio de la prensa. Lo es, prioritariamente, **en provecho de todos los ciudadanos**. Por ello no cesa en defenderla.

ii. El Grupo tiene muy claro que, así como se debe exigir el derecho a la libertad de prensa, también se tienen que **cumplir los deberes** hacia quienes nos otorgan ese derecho: los ciudadanos.

iii. El libre **acceso a la información pública** es también un derecho que el periodista debe ejercer y hacer cumplir con energía. Este se basa en el precepto de que la información pública pertenece a los ciudadanos y no a los funcionarios públicos. La información pública debe ser de fácil acceso y ofrecida de manera completa y gratuitamente o a un costo razonable. Por su parte, el periodista debe ser igualmente respetuoso de mantener la reserva en las ocasiones en que está de por medio la real seguridad del Estado o de los ciudadanos, así como otras razones admisibles.

iv. Observante del **artículo 19** de la Declaración Universal de los Derechos Humanos, y como firmante e impulsor de la **Declaración de Chapultepec** de la Sociedad Interamericana de Prensa (SIP) -el gran marco de la libertad de prensa en nuestro continente-, el Grupo El Comercio recoge en estos Principios Rectores el espíritu de lo expresado en esas normas.

v. En el aspecto gremial, el Grupo El Comercio unifica su defensa de la libertad de prensa con la lucha que hacen la Sociedad Interamericana de Prensa (SIP) y el Consejo de la Prensa Peruana, de los cuales es miembro fundador. Colabora también con las asociaciones nacionales y mundiales que protegen esta libertad, y participa en muchas de ellas.

vi. El Grupo El Comercio respeta y defiende el derecho a la **libre empresa informativa**.

vii. En el campo laboral, el Grupo El Comercio se opone a la **colegiación** obligatoria del periodista, pues, por obligatoria, restringe el derecho a la libertad de expresión.

***Principio Rector 10: La defensa de la calidad de vida***

EN BUSCA DE LA MEJOR CALIDAD DE VIDA DE LOS CIUDADANOS, LOS MEDIOS DEL GRUPO ORIENTAN A LA COMUNIDAD HACIA LA PRÁCTICA DE LOS DEBERES Y DERECHOS Y LA CONSECUENTE OBSERVANCIA DE LOS VALORES CÍVICOS. IMPULSAN TAMBIÉN LA ESTABILIDAD DEL NÚCLEO FAMILIAR Y LA PRESERVACIÓN DEL MEDIO AMBIENTE. APLICAN EDITORIALMENTE LA POLÍTICA INFORMATIVA DEL BUEN GOBIERNO. \*

i. La **calidad de vida** es un criterio subjetivo en su definición, pero muy concreto en su percepción: dentro de sus naturales aspiraciones humanas toda persona desea un mejor nivel de vida. Por ello los medios del Grupo colaboran editorialmente para que dichas aspiraciones sean alcanzadas tanto en los aspectos materiales como espirituales.

ii. Los medios del Grupo **orientan a los ciudadanos a que exijan sus derechos** con la misma firmeza con que deben cumplir sus deberes para con los demás. En consecuencia, el grupo critica editorialmente el incumplimiento de los deberes por parte de los ciudadanos, y lo hace con mayor énfasis si se trata de autoridades.

iii. El Grupo orienta a la comunidad hacia el **cultivo de los valores cívicos**, especialmente los que propugnan la libertad, la verdad, la honradez, la igualdad, el respeto por las buenas costumbres y el servicio a los demás.

iv. Dentro de esta preocupación por mejorar la calidad de vida, el Grupo **defiende a la familia**, esencia de la sociedad.

v. Con respecto a la preservación del **medio ambiente**, el Grupo parte del principio de que la naturaleza está para ser usada, pero no abusada. Dentro de ese marco, denuncia los abusos contra el medio ambiente, pero también los eventuales excesos de los grupos ambientalistas.

vi. Entiende y aplica la política del **buen gobierno** como la orientación que los medios deben dar a las autoridades de todo tipo y de cuyas decisiones y acciones depende la calidad de vida de los ciudadanos. Ello no significa de manera alguna tener que apoyar editorialmente a los gobiernos de turno. Sí implica criticar a las autoridades cuando actúen incorrectamente y denunciarlas cuando cometan actos ilícitos o inmorales.

*\* Ver Principio Rector 3, El entretenimiento, la cultura y el espíritu.*



## **De los periodistas y sus medios**

### ***Principio Rector 11: La responsabilidad periodística***

EJERCER UN PERIODISMO RESPONSABLE EMPIEZA POR CUMPLIR ESTOS PRINCIPIOS RECTORES. EL PERIODISTA QUE PRODUCE UNA INFORMACIÓN ES RESPONSABLE DE ELLA ANTE SÍ MISMO, SU MEDIO Y LA COMUNIDAD A LA QUE SIRVE. LA EQUIDAD INFORMATIVA SE COMPLEMENTA CON LA REGLA DE ORO: PONERSE EN EL CASO DEL SUJETO DENUNCIADO. LOS PERIODISTAS Y MEDIOS DEBEN ESTAR ATENTOS A LA CONSTANTE AMENAZA DE LA AUTOCENSURA. EL GRUPO RESPETA EL 'OFF THE RECORD Y LOS EMBARGOS INFORMATIVOS.

i. Editar un medio informativo, cualquiera sea su modo de distribución, es una de las misiones humanas que más **responsabilidad** requiere: nos arrogamos el derecho de difundir qué informaciones debe recibir el ciudadano y, a la vez, exigimos que nadie nos controle en esa fundamental tarea, excepto la ciudadanía. Para ello nos supeditamos al mecanismo del premio o sanción pública. (*Ver Principio Rector 1, La independencia*)

ii. Para que el complejo mecanismo de premio o sanción pública funcione y los medios del Grupo estén permanentemente entre **los premiados** con la aceptación de la ciudadanía, es imprescindible que cada periodista ponga en práctica estos Principios Rectores. (*Ver Principio Rector 20, El cumplimiento de los Principios Rectores*)

iii. **El periodista es el primer responsable** de la información que prepara. Sin embargo, ello no exime de responsabilidad a toda la línea de editores encargados de supervisarla y mejorarla. (*Ver Principio Rector 12, La autonomía informativa, vii; Principio Rector 15, La objetividad y la subjetividad, ii; Principio Rector 17, Las fuentes, vi; Principio Rector 18, La rectificación y la réplica, i*)

iv. El mecanismo de la responsabilidad periodística se complementa con el cumplimiento de la **Regla de Oro**: antes de difundirse una denuncia o información conflictiva, en cualquiera de sus grados, el periodista debe ponerse en el caso del sujeto denunciado. Hará entonces su mayor esfuerzo para establecer, desde esa otra óptica, tanto el rigor o equidad de la información así como determinar si al implicado se le está limitando alguna legítima prerrogativa. De esta manera se garantiza a los lectores un alto margen de certeza de contar con una información justa y equitativa. (*Ver Principio Rector 2, La veracidad, i; Principio Rector 9, La defensa de la libertad de expresión, ii; Principio Rector 17, Las fuentes, v*)

v. En la búsqueda de la responsabilidad, la **autocensura**, cualquiera sea su origen, se presenta como una de las peores amenazas al cabal cumplimiento de la profesión periodística. El controlarla empieza por una labor de introspección que, como tal, debe ser enfrentada por el propio periodista. Los medios del Grupo deben estar atentos a controlar las razones externas que motiven la autocensura, así como a no generar situaciones internas que la provoquen. El periodista no debe confundir la autocensura con el acatamiento de las normas internas del medio. (*Ver Principio Rector 1, La independencia, ii, Principio Rector 12, La autonomía informativa, ii, vi*)

vi. Dentro de la política de la responsabilidad periodística, los periodistas del *Grupo El Comercio* son respetuosos del **'off the record** y los **embargos informativos**. De abusar de estas muestras de confianza que otorgan las fuentes, serán los medios, a la larga, los más grandes perjudicados.

vii. Pocas frases han logrado captar la esencia de la responsabilidad periodística como la que nos legó un insigne periodista peruano, director de El Comercio, **Luis Miró Quesada de la Guerra**: "El periodismo, según como se ejerza, puede ser la más noble de las profesiones o el más vil de los oficios". (Ver *Principio Rector 13, El uso responsable del poder*, i, ii, iv)

### ***Principio Rector 12: La autonomía informativa***

LOS DIRECTORES PERIODÍSTICOS DE LOS MEDIOS DEL GRUPO GOZAN DE AUTONOMÍA PARA APLICAR SU LÍNEA EDITORIAL Y CONSEQUENTEMENTE DECIDIR SOBRE LO QUE SE DIFUNDE EN SU MEDIO. SUS DECISIONES SE DEBEN ENMARCAR EN ESTOS PRINCIPIOS RECTORES. LOS PERIODISTAS TIENEN AUTONOMÍA INFORMATIVA DENTRO DE LA COHERENCIA EDITORIAL Y EL MANEJO DE INFORMACIONES CONFLICTIVAS. NO SE SOMETEN ANTE QUIENES PRETENDEN INTERFERIR EN SUS LABORES.

i. Los directores periodísticos del Grupo El Comercio cuentan con autonomía para plantear, aplicar y desarrollar la línea editorial del medio. Esto implica la correspondiente autonomía para decidir qué informar en sus medios. Solo así pueden ofrecer líneas informativas originales y de interés para sus lectores. Esta **autonomía** debe ser ejercida dentro del cumplimiento de los Principios Rectores. (Ver Principio Rector 1, La independencia, ii; Principio Rector 11, La **responsabilidad** periodística; Principio Rector 18, La rectificación y la réplica, ii; Principio Rector 20, El cumplimiento de los Principios Rectores, i, v)

ii. No puede haber, en consecuencia, un **compromiso** asumido por cualquier estamento de la organización o accionistas que restrinja u obligue a la Dirección respecto de lo que debe o no difundir. (Ver Principio Rector 2, La veracidad, iv; Principio Rector 11, La responsabilidad periodística, v; Principio Rector 14, El cumplimiento de la ley, iii)

iii. El director periodístico es responsable de que su plantel de periodistas mantenga la **coherencia editorial**, entendida como los lineamientos informativos que los lectores reconocen como propios de ese medio y que generalmente comparten. Y es que solo entendiendo al medio, los lectores se comprometerán con su línea editorial y se vincularán a largo a plazo con él. La coherencia editorial se enmarca en tres niveles:

- Los Principios Rectores normados por el Grupo.
- La línea editorial establecida por el director periodístico del medio.
- Los planes de información preparados por los editores de sección.

(Ver *Principio Rector 20, El cumplimiento de los Principios Rectores*, v)

iv. En casos de denuncias u otro tipo de **informaciones conflictivas** -que en situaciones extremas puedan incluso afectar la lectoría, subsistencia o patrimonio del medio- los

directores periodísticos requieren actuar con coherencia, medida y perspicacia. Coherencia para desarrollar sólidas estrategias de denuncia; medida para no abrir flancos informativos que pueden confundir a los lectores; y perspicacia para resguardar editorialmente al medio de los embates de las casi seguras reacciones agresivas. (Ver Principio Rector 20, El cumplimiento de los Principios Rectores, v)

v. Los periodistas del grupo gozan de autonomía informativa respecto de la propia organización, de quienes la componen y de sus anunciantes. **Esta autonomía se enmarca dentro del cumplimiento de los Principios Rectores, la coherencia editorial del medio y el manejo de temas conflictivos.** En esa perspectiva, el periodista no debe sorprenderse si su información, que a consideración del director periodístico, o quien este delegue, pudiese afectar alguno de estos criterios, es recortada, pospuesta o no difundida. (Ver Principio Rector 6, La información publicitaria y los valores, iv; Principio Rector 20, El cumplimiento de los Principios Rectores, i, iv)

vi. En los casos en que el cumplimiento de alguna comisión periodística enfrente al periodista a un **conflicto de conciencia**, puede solicitar a su superior jerárquico que se le releve del encargo. Si su solicitud no es aceptada, puede apelar al director periodístico o a quien este delegue. Similar procedimiento se aplica a las solicitudes de los periodistas para abordar determinados temas que no se enmarquen dentro de la coherencia editorial, y que puedan haber sido rechazadas. (Ver Principio Rector 11, La responsabilidad periodística, v; Principio Rector 12, La autonomía informativa, iii)

vii. Los periodistas del Grupo El Comercio no se someten ante quien pretende interferir en sus labores desde fuera de la línea normal de mando. De darse el caso de **interferencias internas o externas**, el periodista asume como primera medida la de no aceptar lo exigido. Seguidamente pone el hecho en conocimiento de su superior. El director periodístico del medio tomará las medidas para evitar la repetición del hecho. (Ver Principio Rector 1, La independencia; Principio Rector 6, La información publicitaria y los valores, iv; Principio Rector 11, La responsabilidad periodística, iii)

viii. Los directores periodísticos deberán ceñirse a las **políticas administrativas** que señala la empresa. (Ver Principio Rector 19, El negocio, ii)

x. Los **delegados del directorio** ante la Unidad de Negocio -o quien cumpla sus funciones- participan y actúan en las decisiones relacionadas con el cumplimiento de los objetivos del medio. No intervienen en la aplicación de la línea editorial.

### ***Principio Rector 13: El uso responsable del poder***

EL PODER QUE OTORGA SER PERIODISTA DEL GRUPO EL COMERCIO DEBE SER USADO EXCLUSIVAMENTE EN BENEFICIO DEL CIUDADANO, NUNCA EN PROVECHO PROPIO.

i. Cada vez que un ciudadano se informa y orienta a través de un medio, le otorga **poder** al periodista y al medio. Este poder se potencia además por la cualidad y cantidad de sus lectores.

ii. **El poder -aquel dirigido a hacer el bien- es indispensable** para que la prensa pueda cumplir con su misión. Solo contando con poder suficiente se puede estar en condición

de enfrentar otros poderes: los formales (políticos, económicos, religiosos, etcétera) y los ilegales (mafias, narcotráfico, terrorismo, entre otros).

iii. **El poder obnubila** con facilidad, por lo que el periodista y el medio deben ser capaces de manejarlo a favor del ciudadano y no en beneficio propio. (*Ver Principio Rector 11, La responsabilidad periodística, vii*)

iv. Hay que tener muy claro que el **abuso del poder** ocasiona indefectiblemente que los lectores rechacen al medio y al periodista, retirándoles el poder que antes le confirieron. (*Ver Principio Rector 11, La responsabilidad periodística, vii*).

#### ***Principio Rector 14: El cumplimiento de la ley***

LA LEY DEBE SER CUMPLIDA. LOS MEDIOS DEL GRUPO NO DIFUNDEN INFORMACIONES QUE HAYAN SIDO OBTENIDAS POR SUS PERIODISTAS QUEBRANTANDO ESTE PRECEPTO.

i. El periodista del Grupo El Comercio debe ser un fiel **cumplidor de la ley** no solo en su vida profesional, sino también en la privada.

ii. Si terceras personas se acercaran con **información obtenida de manera ilegal**, el director del medio decidirá su difusión. Para ello deberá, primero, haber alcanzado el convencimiento de que es verosímil y, segundo, que, en atención al principio de la cultura informativa amplia, no darle difusión al hecho podrá significar un perjuicio al derecho ciudadano de estar debidamente informado. (*Ver Principio Rector 2, La veracidad, v; Principio de Rector 3, El entretenimiento, la cultura y el espíritu, iii, principio de la cultura informativa*)

iii. Se exceptúan de cumplimiento las normas promulgadas con el fin de restringir la libertad de prensa. En los casos necesarios, hace incluso pública su **rebeldía**. (*Ver Principio Rector 12, La autonomía informativa, ii*).

#### ***Principio Rector 15: La objetividad y la subjetividad***

ANTE EL RETO DE PROCURAR LA OBJETIVIDAD, EL PERIODISTA DEBE BUSCAR EL RIGOR; FRENTE A LA SUBJETIVIDAD, LA CONVICCIÓN.

i. En la **búsqueda de la objetividad** informativa el periodista del Grupo El Comercio aporta todos los autocontroles a su alcance que lo lleven a neutralizar las subjetividades propias de su naturaleza humana.

ii. El periodista que se enfrenta a una **información subjetiva** debe analizar a fondo y con honestidad e independencia de criterio todos los aspectos que rodean el hecho. Solo propone su publicación si luego de este profundo análisis ético alcanza la convicción de que la hipótesis que sustenta es, a su entender, válida. (*Ver Principio Rector 2, La veracidad, v; Principio Rector 11, La responsabilidad periodística, iii*)

iii. Los lectores deben quedar en la posición de **distinguir, con total claridad, una información objetiva de otra subjetiva**. Para ello, deben determinarse con precisión las distintas formas de presentar una y otra. En las informaciones en profundidad, como

las crónicas, el periodista debe abstenerse de opinar. En casos muy especiales debidamente consultados con su editor podrá usar los distintos tipos de despieces diseñados para informaciones de opinión.

***Principio Rector 16: La privacidad y la intimidad***

EL BUEN USO PERIODÍSTICO DEL DERECHO A LA PRIVACIDAD Y LA INTIMIDAD ES PRUEBA DE UN PERIODISMO MADURO Y JUSTO. SE REQUIERE DE UN EXHAUSTIVO ANÁLISIS Y RECTO JUICIO PARA LA APLICACIÓN O NO DE LAS EXCEPCIONES.

i. El **manejo de lo privado** -relativo a su entorno más cercano- y de lo íntimo -propio de la vida interior del individuo- es uno de los más complejos y sutiles temas que se enfrenta en un medio. Y es que la doctrina sobre el particular queda supeditada irremediablemente a que cada situación suele constituir un caso aislado. Por ello, es fundamental que el periodista del Grupo El Comercio está plenamente compenetrado con los principios éticos y doctrinarios que reglamentan la privacidad y la intimidad a fin de estar capacitado para aplicar las excepciones, aspecto clave para sortear los conflictos.

ii. El manejo periodístico del **tema se sustenta en dos aspectos:**

- La norma: los ciudadanos tienen derecho a la privacidad y a la intimidad.
- **La excepción:** se aplica para las personas públicas; a más exposición pública del personaje, menos vida privada y hasta íntima.

iii. La excepción al derecho a la privacidad y a la intimidad se sustenta en que los ciudadanos tienen también la potestad de conocer los aspectos más recónditos del personaje público a quien le ofrendan sentimientos tan propios como, por ejemplo, su exaltación -en el caso de deportistas- o sublimación -en el caso de los artistas-. Similar potestad se aplica sobre los políticos, a quienes los ciudadanos transfieren el derecho de tomar decisiones sobre su futuro.

iv. **Los menores y discapacitados** sujetos a curatela reciben una especial protección. No se hacen públicos, por ejemplo, fotografías ni ningún dato que pueda llevar a su identificación, incluyendo sus iniciales o la zona donde viven.

***Principio Rector 17: Las fuentes***

EL PERIODISTA DEL **GRUPO EL COMERCIO** CUIDA Y RESPETA SUS FUENTES. ES RESPONSABLE POR LA CALIDAD Y VERACIDAD DE LA INFORMACIÓN QUE LE OFRECEN. DEFIENDE SU ANONIMATO EN LOS CASOS EN QUE SE LE EXIJA REVELAR LA IDENTIDAD DE UNA FUENTE.

i. El periodista se basa en gran medida en **las fuentes** para brindar un producto informativo de calidad. A más fuentes y pertinencia de ellas, mayor rigor y calidad de la información. (Ver Principio Rector 15, La objetividad y la subjetividad, i, iii)

ii. Las personas que proporcionan información lo hacen en la confianza de que el medio del Grupo hará un buen uso de ella. De ahí que sea justo y también práctico que sus declaraciones sean **fielmente consignadas**.

iii. Aquellas fuentes que proporcionan información de buena voluntad y bajo la promesa de que su nombre no se divulgue deben contar con la seguridad de que se respetará su anonimato. Sin embargo, esta es una práctica que debe ser restringida al mínimo, pues no dar a conocer a la fuente le resta credibilidad a la información.

iv. Si mantener el **anonimato** de la fuente le implica al **periodista hacer frente a los tribunales**, el medio le facilitará asesoría legal. (*Ver Principio Rector 20, El cumplimiento de los Principios Rectores, vi*)

v. El periodista del Grupo El Comercio debe estar alerta ante algunas **malas fuentes** que, por intereses propios, pretendan mal informar, manipular o desinformar, dando información supuestamente privilegiada pero que es falsa o sesgada. En estos casos no aplica el principio de respeto al anonimato. (*Ver Principio Rector 11, La responsabilidad periodística, iv*)

vi. El periodista del Grupo El Comercio es el primer responsable por la calidad de la información que la fuente le proporciona. (*Ver Principio Rector 11, La responsabilidad periodística, iii*)

### ***Principio Rector 18: La rectificación y la réplica***

LO PEOR DEL ERROR ES NO ENMENDARLO. EN EL CASO DE LA DIFUSIÓN DE DATOS INEXACTOS, LOS MEDIOS DEL GRUPO SE RECTIFICAN OPORTUNAMENTE. EN EL CASO DE SOLICITUD DE RÉPLICAS, EL DIRECTOR DEL MEDIO DECIDE LA PERTINENCIA DE SU DIFUSIÓN.

i. Mucho daño podemos hacer cuando cometemos un error. Por ello, la primera actitud del periodista responsable debe ser la de, por **iniciativa propia**, enmendar el dato mal consignado. (*Ver Principio Rector 11, La responsabilidad periodística, iii*)

ii. **No debe confundirse la rectificación con la réplica.** La primera corrige un dato equivocadamente consignado, la segunda se refiere al pedido de publicar una opinión divergente a la ya difundida. Frente a ellas se adoptan las siguientes políticas:

- La rectificación: en caso de que se reciba un pedido de corregir un dato inexactamente consignado, los medios del Grupo tienen como política rectificarse. Cada medio consignará en su Libro de Estilo la mecánica de rectificación.
- La réplica: en este caso, en que no hay obligación legal ni eventualmente ética, el director periodístico del medio decide la conveniencia o no de difundirla. Se basa para ello en el principio del pluralismo informativo y en el interés o importancia que la réplica pueda tener para cumplir la misión de orientar e informar. (*Ver Principio Rector 12, La autonomía informativa, i; Principio Rector 20, El cumplimiento de los Principios Rectores, v*)

iii. Los medios del Grupo que se han acogido a la jurisdicción del Tribunal de Ética del Consejo de la Prensa Peruana se atienen a las resoluciones sobre rectificaciones que este emita.

### **De la operación**

#### ***Principio Rector 19: El negocio***

LOS PERIODISTAS DEL GRUPO EL COMERCIO NO PUEDEN ESTAR AJENOS A LOS ASPECTOS DEL NEGOCIO QUE PERMITEN QUE EL MEDIO SE DIFUNDA Y QUE LA EMPRESA TENGA ÉXITO.

i. Como señala la Sociedad Interamericana de Prensa (SIP), dentro de las exigencias para que un medio informativo se mantenga independiente está la de ser **rentable**.

ii. Los periodistas del Grupo El Comercio, y en especial sus editores y directores periodísticos, deben involucrarse en los objetivos administrativos o empresariales que se les asignen. (Ver Principio Rector 5, El servicio, iii; Principio Rector 12, La autonomía informativa, viii; Principio Rector 20, El cumplimiento de los Principios Rectores, ii, iv)

iii. Debe quedar claro que el presente Principio Rector se refiere solo a aspectos operativos y no implica subordinación alguna de los contenidos informativos.

#### ***Principio Rector 20: El cumplimiento de los Principios Rectores***

LOS PRINCIPIOS RECTORES Y LOS CONSECUENTES LIBROS DE ESTILO SON DE CUMPLIMIENTO OBLIGATORIO PARA LOS PERIODISTAS DEL GRUPO EL COMERCIO (DIARIOS, TANTO EN SUS VERSIONES IMPRESAS COMO ELECTRÓNICAS, REVISTAS Y OTRAS PUBLICACIONES QUE SE EDITAN USANDO EL PIE DE IMPRENTA O MARCA DE CUALQUIERA DE LOS MEDIOS EXISTENTES) Y, EN LO QUE CORRESPONDA, PARA TODOS LOS QUE PARTICIPAN DIRECTA O INDIRECTAMENTE EN LA ELABORACIÓN DE LOS PRODUCTOS INFORMATIVOS. \*

i. El cumplimiento de lo que se señala en estos Principios Rectores es **obligatorio** para los periodistas del medio y de aquellos que, sin ser periodistas, participan directa o indirectamente desde otras áreas en la elaboración de los productos informativos. Su cumplimiento alcanza también a los colaboradores, en lo que les aplique. (Ver Principio Rector 12, La autonomía informativa, v; Principio Rector 19, El negocio, ii)

ii. No todo lo que el periodista debe cumplir está escrito en estos principios. Por tanto, para lo no enunciado priman **el criterio, el profesionalismo y la ética**. No se arguya pues, como disculpa fácil para incumplir una obligación, que esta no se encuentra explícitamente señalada en los Principios Rectores o en los consecuentes libros de estilo.

iii. Los **libros de estilo** de los distintos medios de la agrupación estarán necesariamente precedidos de estos Principios Rectores de alcance grupal.

iv. **El director de Contenidos Informativos** del Grupo tiene la responsabilidad de velar por el cumplimiento de estos Principios Rectores. (*Ver Principio Rector 12, La autonomía informativa, v; Principio Rector 19, El negocio, ii*)

*\* Ver Principio Rector 11, La responsabilidad periodística*

v. En casos excepcionales, **cuando los medios han sido aludidos como Grupo** o los preceptos que estos Principios Rectores propugnan han sido o están en peligro de ser agredidos, el director de Contenidos Informativos puede coordinar con los directores de los medios los argumentos editoriales para ser esgrimidos grupalmente. En estos casos especiales y acorde con el principio de autonomía informativa, cada director decide la forma de difundir la información de acuerdo con la coherencia informativa y manejo de temas conflictivos de su medio. (*Ver Principio Rector 12, La autonomía informativa, iii, iv, v; Principio Rector 18, La rectificación y la réplica, ii*)

vi. En los casos en que el periodista, habiendo actuado dentro de lo señalado por los Principios Rectores, es denunciado judicialmente, la empresa asume su **defensa legal**. (*Ver Principio Rector 17, Las fuentes, iv*)



## **Anexo N° 15**

### **Código de Ética Participativo del diario El Tiempo (Piura)**

#### **Por una ética democratizadora**

*Quienes suscribimos, nos comprometemos a cumplir con el Código de Ética que hemos producido, a partir de los siguientes valores:*

#### **Respetar la veracidad informativa**

- Consultar todas las fuentes posibles, combinando las oficiales con las de sociedad civil, empresas y organizaciones sociales, no debiendo publicar noticias de una sola fuente.
- Buscar información ya sea documental, testimonial o científica para corroborar el grado de veracidad de las fuentes.
- Nunca usar un material grabado o una entrevista sin permiso de la persona que expuso o dio la información.
- Comprobar si el hecho ocurrido es verdadero, si no lo es o hay inseguridad no se publica o se define como posibilidad a comprobar.
- Contextualizar el hecho a presentar en las condiciones de la realidad específica y en su proceso histórico.
- Diferenciar claramente opinión de información, según formatos o secciones
- Investigar a fondo lo sucedido cuando hay un interés público de por medio.
- No aceptar comisiones si es que no se está bien informado y se conoce el tema.
- Presionar a las fuentes e instituciones para tener acceso libre a la información, respetando la ley correspondiente y vigilando su cumplimiento.
- Difundir las leyes existentes con respecto a la noticia o conflicto en cuestión.

#### **Ejercer la libertad con independencia y pluralidad**

- Mantener objetividad en la búsqueda y publicación de informaciones, dejando de lado posiciones ideológicas y políticas personales o grupales
- Recurrir a varias opiniones y diferentes actores haciendo uso de la pluralidad
- Buscar y defender el interés común y de todos por encima de posiciones políticas de cada periodista.
- Extender el derecho a la libertad de expresión del medio y de los periodistas a la ciudadanía en general.
- Si bien toda opción política es respetable, pues el diario es plural, cuando un periodista postule o adquiera un cargo público político debe presentar su renuncia.

- Respetar la diversidad cultural, religiosa y política de los ciudadanos del Perú, respetando su derecho a la libertad de ideas, cultos y cultura.

### **Velar por la justicia en el país y la región**

- Defender y vigilar la ética pública y sus leyes, contra todo tipo de corrupción, visibilizando cuando ésta se presente.
- Dar importancia y relevar los problemas sociales como temas de agenda pública, dando la voz de alerta cuando sea pertinente.
- Hacer de la justicia y la igualdad los grandes indicadores de evaluación y control social a todo nivel y en los diferentes acontecimientos.
- Educar y orientar a la población más necesitada en la convivencia democrática, conociendo derechos y obligaciones. Otorgarles información y opinión más positiva, a pesar de las adversidades
- Escuchar a todas las partes y tomar en cuenta lo que plantean en igualdad de condiciones. La participación debe ser equitativa.
- Propiciar la participación ciudadana en informaciones y tomas de posición, especialmente en los sectores más excluidos.

### **Respetar a los lectores y relacionarse con ellos mediante el diálogo**

- Hacer visible a nuestro público en el medio, a quienes no vemos, destacando sus problemas, necesidades y propuestas.
- Comprometerse a establecer relaciones continuas y libres, escuchando a la gente sin manipular la información que proporcionen.
- Asumir campañas cívicas continuas sobre los problemas que la población considere cruciales.
- Crear mecanismos en el diario que propicien el diálogo con los lectores y sirva como método de autoevaluación y aprendizaje para reciclar al medio.
- Desarrollar capacidades comprensivas en periodistas y trabajadores para conocer, saber escuchar y respetar a los públicos de nuestros medios.
- No exponer la privacidad y la intimidad de todas las personas, desde un sentido humanista.
- Abrir la participación ciudadana más allá del medio y por lo menos una vez al año.
- Hacer del diálogo un motor de transformación social y entendimiento mutuo

### **Desarrollar una cultura deliberativa y tolerante para crear agenda pública**

- El diálogo debe ayudar a crear ideas y estímulos en nosotros y en los lectores para formar opinión.
- Respetar la autonomía de las personas porque es irrenunciable y el diálogo intercultural es imprescindible para la convivencia de distintas culturas hacia una sociedad respetuosa y democrática.
- Propiciar siempre el debate para resolver conflictos y buscar soluciones en temas y noticias de carácter público
- El debate debe promoverse no sólo entre líderes sino en la escuela, la comunidad, hasta convertirlo en parte de la vida cotidiana
- Propiciar debates de ideas, planteamientos, relatos e interpretaciones, con fundamento y respeto mutuo, llegando a mínimos acuerdos como parte del proyecto periodístico de “El Tiempo”.
- Usar el acceso a la información y su base legal para sostener los debates y prepararse previamente para saber hacerlo, contra la cultura del secreto..
- Valorar las distintas posiciones existentes y ser tolerantes hasta con las que nos parezcan más absurdas: tratar de comprender
- Desde el debate y la información crear agenda pública manteniendo temas claves con cierta continuidad, comprometiendo a gobernantes y ciudadanía en solucionarlos

### **Recomendamos que:**

- Se forme un Comité Consultivo de ética para vigilar el cumplimiento del código de ética.
- Que el Centro de Documentación funcione como un centro de información adecuado al tipo de noticias que ocurren y seleccionar fuentes de información útiles al trabajo periodístico.
- Elaborar un directorio de fuentes oficiales y alternativas
- Que haya especialización temática en el caso de los periodistas. Y se brinde la capacitación suficiente.
- Que para crear una comunicación corporativa se fomente el diálogo y la evaluación interna con participación de todos

## Anexo N° 16

### Código de Ética de las publicaciones del Grupo Apoyo

Las publicaciones de APOYO se deben fundamentalmente a sus lectores. No tienen otra lealtad que la anteceda. Sin perjuicio de ello, actúan respetando el interés nacional del Perú, los valores democráticos y los derechos individuales.

En adición a los principios generales del [Código de Ética del Grupo APOYO](#), las publicaciones cumplen las siguientes normas de conducta:

1. El respeto a la vida privada en los aspectos que no corresponden a la vida pública. Consideramos hechos públicos al ámbito del gobierno, las instituciones representativas de la sociedad civil, así como al desempeño de los mercados, el sistema financiero y empresas que cotizan en bolsa o que se financian en el mercado de capitales. No se publican hechos privados de naturaleza confidencial a menos que sean éstos transparentes y relevantes para el interés público. Cuando reporten los mismos, los periodistas de APOYO deben identificarse como tales.
2. El derecho legítimo al acceso de información -principio fundamental de la democracia, de la cual el periodista es un instrumento- no debe constituir una licencia para la arrogancia y la arbitrariedad.
3. En el caso de datos relevantes entregados por vía oral sobre hechos de terceros, la información no debe ser publicada sin doble cotejo de fuentes.
4. En lo posible, todas las personas directamente involucradas en un hecho relevante que se reporte deben tener la oportunidad para dar sus opiniones.
5. Antes de ofrecer el anonimato, recurso legítimo de la prensa, deben evaluarse los intereses de las fuentes que lo solicitan. Cuando ello sea posible, las fuentes deben ser identificadas. No debe recurrirse a fuentes de escasa credibilidad.
6. Los periodistas de APOYO deben cumplir con todas las promesas válidas que hagan; las condiciones de cualquier promesa hecha a cambio de información deben ser precisadas previamente. Cuando el periodista solicita o acepta recibir información para no ser publicada, ésta no puede, por ningún motivo, ser incorporada.
7. Los hechos y su contexto deben ser siempre separados del análisis y comentario, y éstos de la publicidad.
8. Los periodistas encargados de informar y analizar acontecimientos relacionados con el sistema financiero y bursátil no pueden efectuar, 90 días antes ni 90 días después de la publicación de una nota, ninguna operación en acciones de las empresas cuyo desempeño se describe.
9. Los periodistas deben rechazar regalos, favores o atenciones exclusivas que puedan dar la imagen de que comprometen su integridad. Tampoco deben intercambiar información por dinero o favores.
10. El Grupo APOYO, matriz de APOYO Publicaciones, puede prestar servicios de carácter confidencial, vía otra filial. Teniendo en cuenta esto, el equipo periodístico de las publicaciones está prohibido de recurrir a los profesionales de otras filiales para buscar información, salvo que se trate de temas de naturaleza pública. No deben aprovechar su posición como periodistas de APOYO, o los conocimientos e información que se derivan de esa posición para prestar servicios a terceros, remunerados o no.

11. Cualquier error que aparezca en las publicaciones debe ser oportunamente reconocido y corregido.
12. El humor constituye un valor de las publicaciones, si no afecta el respeto debido a personas e instituciones.
13. Cualquier eventual conflicto de intereses debe ser públicamente reconocido.
14. Las publicaciones aspiran a una comunicación abierta con sus lectores, procesando sus quejas a través de un *ombudsman*, o del Consejo de la Prensa Peruana.
15. El personal de APOYO Publicaciones no puede prestar servicios de carácter confidencial a ninguna empresa o institución que sea materia de cobertura periodística en las publicaciones de APOYO.
16. El personal de APOYO Publicaciones procederá de la siguiente manera ante información originada en rumores que puedan constituir fuente periodística:
  - a. Identificar si la publicación del rumor perjudica o no a alguien.
  - b. En caso de generar perjuicio, analizar las posibles razones subalternas que podría tener la fuente que sembró el rumor.
  - c. Solicitar a la fuente información que soporte el rumor como una cita textual o una grabación.
  - d. Reclamar prueba o fuente empírica que pueda confirmar el rumor.Luego de este procedimiento, en caso de no haber recabado suficiente evidencia con las respuestas obtenidas, sólo podrá utilizarse la información de rumores como información de contexto. No se deberá recurrir, ni para rumores, citas o información de cualquier tipo, a fuentes de escasa credibilidad.
17. La política de ética periodística de APOYO consiste en mantener siempre la independencia. En consecuencia, las publicaciones de APOYO:
  - a. No toman partido o posición en ningún caso pendiente de resolución en ninguna instancia judicial o administrativo-regulatoria.
  - b. No pueden ser utilizadas, directa o indirectamente, para presionar a quienes tienen que tomar una decisión en uno u otro sentido.Las publicaciones de APOYO consultan con todas las partes involucradas en los hechos materia de la información que cubren. Tienen especial cuidado no sólo en no tomar postura, sino también en no caer en juego manipulatorio alguno por parte de ningún interesado en alguna noticia. En las publicaciones de APOYO no debe haber lugar para especulaciones que no se puedan demostrar fehacientemente. Ello no implica que no pueda haber un análisis de posibles escenarios futuros aún inciertos, siempre que éste se haga con seriedad y aborde un tema pertinente, es decir, de directo interés de los lectores de las publicaciones de APOYO.
18. Las publicaciones de APOYO no tienen más deber de confidencialidad que el que les impone el Grupo APOYO. Los periodistas de dichas publicaciones no están obligados por los deberes de confidencialidad que alcanzan por ley a los funcionarios públicos, ni a los que alcanzan laboralmente a funcionarios de empresas privadas. Si estos últimos faltan a dichos deberes, y hacen llegar información reservada a los periodistas de las publicaciones de APOYO, éstos no tienen ninguna obligación de mantener en reserva tal información, excepto que hubieran asumido directamente tal obligación con la fuente correspondiente.
19. Es una política explícita de las publicaciones de APOYO no difundir noticias con el ánimo exclusivo de perjudicar a alguna persona o empresa, ni siquiera -en especial- a las que constituyen su competencia directa. De la misma manera, las

publicaciones de APOYO no deberán abstenerse de publicar informaciones cuando éstas sean veraces, pertinentes y relevantes para sus lectores, sólo porque éstas perjudiquen a una empresa o persona con las que existen vínculos comerciales o amicales.

## **Anexo N° 17**

### **Reglamento del Tribunal de Ética del Consejo de la Prensa Peruana**

#### **CAPÍTULO I**

ARTÍCULO 1°.- Compete al Tribunal de Ética del Consejo de la Prensa Peruana cumplir y hacer cumplir el Estatuto Social, su Reglamento Interno, los acuerdos adoptados por la Asamblea General, el Consejo de Honor, y sus propios acuerdos en su calidad de órgano de solución de conflictos del Consejo de la Prensa Peruana.

ARTÍCULO 2°.- En el ejercicio de su función como órgano de solución de conflictos actuará con total autonomía y en sujeción al procedimiento aprobado por el Consejo de Honor.

ARTÍCULO 3°.- Son funciones del Tribunal de Ética las siguientes:

- a) Emitir resoluciones definitivas sobre las solicitudes de rectificación y quejas contra los medios asociados, o no asociados, que acepten su competencia y que no hayan sido solucionados en primera instancia por la Secretaría Ejecutiva.
- b) Emitir pronunciamientos públicos sobre casos o situaciones flagrantes cometidos por medios no asociados al Consejo de la Prensa Peruana.
- c) Emitir recomendaciones para el debido tratamiento de las materias periodísticas que contribuyan a la formación de una conciencia ética dentro del periodismo peruano.
- d) Absolver consultas.

ARTÍCULO 4°.- El Tribunal de Ética elige a su Presidente y a su Vicepresidente por un período de dos años, pudiendo ser reelegidos por períodos iguales.

El Presidente representa al Tribunal de Ética. Lo convoca y preside, y adopta las medidas para su funcionamiento. El Vicepresidente reemplaza al Presidente en caso de ausencia temporal o vacancia.

Si durante el período respectivo se produjera el cese de alguno de ellos como miembro del Tribunal de Ética, el cargo vacará en forma automática y se elegirá un Vicepresidente para completar el período.

ARTÍCULO 5°.- El quórum del Tribunal es de cuatro miembros. Las resoluciones se adoptan con cuatro votos. En caso de empate, por ausencia transitoria de alguno de sus miembros a una votación, se diferirá la decisión hasta su reincorporación. Si el empate se produce por haber una vacante aún no cubierta, el Presidente tiene voto dirimente.

ARTÍCULO 6°.- El cargo de miembro del Tribunal vaca por las siguientes causas:

- 1. Muerte.
- 2. Renuncia.
- 3. Incapacidad física o mental que lo inhabilita para el cargo.
- 4. Conducta incompatible con el ejercicio del cargo.
- 5. Condena por la comisión de un delito doloso. La vacante es declarada formalmente por el Consejo de la Prensa.

## CAPÍTULO II PROCEDIMIENTOS

### SOLICITUDES DE RECTIFICACION

ARTÍCULO 7°.- La solicitud de rectificación puede ser presentada directamente al medio o a través del Consejo de la Prensa o del Tribunal.

ARTÍCULO 8°.- En caso de presentación directa al medio, éste la publicará dentro de las 72 horas de recibida, en caso de medios de difusión diaria, o en la edición más próxima, tratándose de medios de difusión semanal o quincenal.

ARTÍCULO 9°.- Si la solicitud es presentada por vía indirecta, el Consejo o el Tribunal, en su caso, la harán llegar al medio en forma inmediata, procediéndose a continuación en la forma prevista en el artículo anterior.

ARTÍCULO 10°.- La solicitud de rectificación debe guardar proporción con el espacio que recibió la nota que se rectifica, y debe estar desprovista de epítetos o calificativos agravantes, limitándose a la precisión de los hechos que se quiere aclarar. En caso contrario, es facultad del medio periodístico reducirla prudencialmente o prescindir de las frases insultantes, sin en ningún caso desvirtuar o disminuir su contenido esencial.

ARTÍCULO 11°.- En caso de negativa del medio a publicarla conforme lo dispuesto en los artículos 7° y 8°, el Tribunal de Ética a solicitud de parte, tomará conocimiento del pedido y emitirá resolución, disponiendo la publicación de la rectificación si se declara fundado el pedido.

ARTÍCULO 12°.- La nota rectificatoria debe ser publicada bajo el membrete: RECTIFICACION, y no puede ir seguida de ninguna apostilla o comentario que la desnaturalice. Ello no inhibe al medio del derecho de retomar el tema o la información en publicaciones posteriores.

ARTÍCULO 13°.- Si el medio no cumple con efectuar la rectificación, el Tribunal podrá reconvenirlo y disponer que la misma sea publicada en los otros medios, acompañada de una nota explicatoria que el Tribunal elaborará al respecto.

### QUEJAS

ARTÍCULO 14°.- La queja puede ser presentada directamente al Tribunal o a través del Consejo de la Prensa Peruana, e ir acompañada de la prueba que la sustente. En caso de que ésta consista en grabaciones de imagen, de sonido o de ambos, deberá estar acompañada de una transcripción fidedigna.

ARTÍCULO 15°.- La queja será puesta de inmediato en conocimiento del medio involucrado, al que, de acuerdo a la complejidad del asunto, se concederá un plazo no menor a 5 ni mayor de 10 días útiles para que exprese sus descargos. Si el medio no es asociado del Consejo de la Prensa Peruana, la nota correspondiente tendrá forma de invitación y el plazo no será señalado, sino apenas sugerido.



ARTÍCULO 16°.- El Tribunal podrá disponer la convocatoria a una reunión de conciliación entre las partes involucradas, como trámite previo, o su apreciación directa por el pleno.

ARTÍCULO 17°.- Para la realización de la conciliación, el Tribunal delegará su representación en uno o más de sus miembros. La publicación o no del resultado será definida dentro de la conciliación misma.

ARTÍCULO 18°.- Vista la queja por el Pleno, éste deliberará sobre su contenido y, de ser posible, adoptará decisión, fijando al mismo tiempo los lineamientos conceptuales de la resolución. La preparación del proyecto de texto será encomendada a uno de los miembros del Tribunal y, una vez recibida, puesta en conocimiento de los demás miembros por vía electrónica. El Presidente recogerá las opiniones o comentarios que se reciban, los consolidará y, en conjunto con el ponente, elaborará la versión definitiva.

ARTÍCULO 19°.- En casos complejos, el Tribunal puede encomendar que, en forma previa a la deliberación, uno de sus miembros estudie el caso y haga un informe, oral o escrito, que facilite la discusión. Dicho miembro actuará luego como ponente, en los términos del artículo anterior.

ARTÍCULO 20°.- La resolución de una queja que se declara fundada puede contener una o más de las siguientes medidas:

1. La sola declaración de que la misma es fundada, sin mandato de publicación y con simple comunicación a las partes. En tal caso, es potestad del medio publicarla o abstenerse de hacerlo.
2. El mandato de publicación. En tal caso, el medio debe hacerlo dentro de los plazos señalados en el artículo 8° del presente reglamento; de no hacerlo la resolución será publicada en los demás medios asociados al Consejo de la Prensa Peruana.
3. El mandato adicional de que el medio exprese disculpas a las personas afectadas.

ARTÍCULO 21°.- Si la queja es declarada infundada o improcedente, el medio involucrado está autorizado para informar tal hecho.

ARTÍCULO 22°.- Si el medio se negara a efectuar la publicación, el Tribunal podrá amonestarlo y disponer que tanto la resolución inicial como la que lo amonesta sean publicadas en los otros medios.

ARTÍCULO 23°.- Si el medio infractor persistiera en su negativa, no obstante la sanción de amonestación, el Tribunal podrá recomendar al Consejo de Honor la suspensión o separación definitiva del medio.

## PRONUNCIAMIENTOS

ARTÍCULO 24°.- El Tribunal puede formular exhortaciones, recomendaciones o pronunciamientos públicos sobre hechos que atañen al respeto de los valores éticos periodísticos. Si los mismos son adoptados por unanimidad, serán publicados bajo la rúbrica del Tribunal de Ética del Consejo de la Prensa Peruana. Si son adoptados con algún voto en contra o abstención, se publicará bajo rúbrica de quienes votaron a favor.

Aprobado en sesión Tribunal de Ética del 11 de marzo del 2004.

Original firmado por:

Marcial Rubio Correa, Presidente.

Alfonso de los Heros Pérez Albela, Vicepresidente.

Alberto Cazorla Tallen, Vocal.

Cecilia Blondet Montero, Vocal.

Mario Pasco Cosmópolis, Vocal.

Armando Zolezzi Móller, Vocal

## Anexo N° 18



Consejo de la Prensa Peruana

TRIBUNAL DE ETICA

CONSEJO DE LA PRENSA PERUANA

RESOLUCIÓN CASO N° 38-03-TE/2004

### VISTA:

La queja presentada con fecha 4 de diciembre del 2003, por el entonces Ministro de Defensa don Aurelio Loret de Mola Böhme y por el Vice-Ministro de Asuntos Administrativos y Económicos del mismo ramo don Alberto Otárola Peñaranda, contra el diario Correo, con motivo de la publicación con fecha 29 de noviembre de 2003, de un informe referido al Concurso de Méritos por Invitación para contratar seguros para las Fuerzas Armadas, bajo la responsabilidad de la periodista Catherine Lanseros, en el que según los quejosos se daña su honor y buena reputación por su contenido, que califican de falso y tendencioso.

### CONSIDERANDO:

Que los titulares y contenido del informe de Correo de 29 de noviembre de 2003 evidencian un sesgo tendencioso en la información, a pesar de la entrevista al Vice-Ministro que ellos mismos incluyen, en la cual se aclara el tema de la intermediación para la toma de seguros, que da lugar a la información periodística, a lo que debe añadirse el carácter ofensivo de la nota de la periodista Catherine Lanseros titulada "Malo en Defensa", publicada el día 5 de diciembre, a pesar del descargo del Vice-Ministro.

Que, con fecha 4 de diciembre de 2003, el Vice-Ministro de defensa Alberto Otárola Peñaranda envía al diario Correo una carta en uso al derecho constitucional de réplica, en la que aclaraba los aspectos materia del informe periodístico cuestionado, réplica que fue publicada el 8 de diciembre y dio lugar a la columna denominada "Defensa en Rojo" del Sr. Juan Carlos Tafur, publicada no en la edición de Lima del diario Correo, sino en la de provincias, sobre el mismo tema e insistiendo sobre los mismos tópicos materia del informe periodístico original.

Que, en el procedimiento seguido ante este Tribunal han quedado aclarados los aspectos técnicos que rodean el tipo de operaciones materia de la información de Correo, no habiendo desvirtuado el contenido de la queja el descargo presentado por Empresa Periodística Nacional S.A.; con fecha 10 de diciembre de 2003;

Que ha quedado claro de lo actuado, lo que constituye permanente preocupación de este Tribunal y que es materia de precedentes decisiones, es

Pasaje Yapeyú 140, San Isidro, Lima 27 - Perú

Central telefónica: (511) 264-6409 264-6663 264-5091 Correo-e: [consejopp+@amauta.rcp.net.pe](mailto:consejopp+@amauta.rcp.net.pe)

página web: [www.consejoprensaperuana.org.pe](http://www.consejoprensaperuana.org.pe)


decir, la necesidad de que el periodismo de investigación sea acucioso en sus investigaciones y compruebe las afirmaciones que vierte, dando la mayor oportunidad a las partes afectadas para que efectúen sus aclaraciones y descargos, lo que no se ha cumplido a cabalidad en el presente caso.


RESUELVE:


1. Declarar fundada la solicitud de queja presentada por los señores Aurelio Loret de Mola Böhme y Alberto Otarola Peñaranda;
2. El diario Correo procederá a difundir esta resolución, de manera adecuada, en su próxima edición; y,
3. En caso que el diario Correo, no difunda esta resolución en un plazo dado, el Tribunal de Etica dispondrá su publicación en los demás medios de comunicación, asociados al Consejo de la Prensa Peruana.

En Lima, a los cuatro días del mes de marzo de año dos mil cuatro.


  
MARCIAL RUBIO CORREA  
Presidente

  
ALFONSO DE LOS HEROS P.A.  
Vicepresidente

  
MARIO PASCO COSMOPOLIS  
Vocal

  
CECILIA BLONDET MONTERO  
Vocal

  
ARMANDO ZOLEZZI MÖLLER  
Vocal

  
ALBERTO CAZORLA TALLERI  
Vocal

## Anexo N° 19



Consejo de la Prensa Peruana

### RESOLUCIÓN DEL TRIBUNAL DE ÉTICA DEL CONSEJO DE LA PRENSA PERUANA No. 008-TE/2004

Lima, 7 de abril del 2004.

El Tribunal de Ética:

Vista la queja interpuesta por la Fiscal Juana Meza Peña, (caso 01-04) contra la revista Caretas por haber publicado su foto en la sección "La concha del año" y el descargo de la Revista Caretas a propósito de tal queja;

CONSIDERANDO:

Que en su edición del 29 de diciembre del 2003 la revista Caretas publicó en la sección "La Concha del Año" la foto de la fiscal Juana Meza Peña y una nota explicando porqué lo hacía;

Que la Fiscal Juana Meza Peña ha interpuesto queja contra la Revista Caretas por tal situación;

Que analizados tanto la queja como el descargo de la Revista Caretas se puede apreciar que el colocar en la sección "La Concha del Año" a una persona es emitir una opinión irónica sobre la actuación de algún personaje de figuración pública;

Que el Tribunal Constitucional, en la sentencia expedida en el expediente 0905-2001-AA/TC ha señalado que: "Por su propia naturaleza, los juicios de valor, las opiniones, los pensamientos o las ideas que cada persona pueda tener son de naturaleza estrictamente subjetivas y, por tanto, no pueden ser sometidos a un test de veracidad; a diferencia de lo que sucede con los hechos noticiosos, que, por su misma naturaleza de datos objetivos y contrastables, sí lo pueden ser";

RESUELVE:


Pasaje Yapeyú 140, San Isidro, Lima 27 - Perú  
Central telefónica: (511) 264-6409 264-6663 264-5091 Correo-e: [consejopp+@amauta.rcp.net.pe](mailto:consejopp+@amauta.rcp.net.pe)  
página web: [www.consejoprensaperuana.org.pe](http://www.consejoprensaperuana.org.pe)



Artículo Único: Desestimar la queja interpuesta por la fiscal Juana Meza Peña contra la revista Caretas por tratarse de una opinión emitida por este medio de comunicación frente a la actuación pública de la señora Fiscal.

Regístrese, comuníquese y archívese.

  
MARCIAL RUBIO CORREA  
Presidente

  
ALFONSO DE LOS HEROS P.A.  
Vicepresidente

  
CECILIA BLONDET MONTERO  
Vocal

  
ALBERTO CAZORLA TALLERI  
Vocal

  
MARIO PASCO COSMÓPOLIS  
Vocal

  
ARMANDO ZOLEZZI MÖLLER  
Vocal

## Anexo N° 20



Consejo de la Prensa Peruana

### RESOLUCIÓN DEL TRIBUNAL DE ÉTICA DEL CONSEJO DE LA PRENSA PERUANA No. 014-TE/2004

Lima, 21 de abril del 2004.

El Tribunal de Ética:

Vista la queja interpuesta por el congresista Carlos Almerí Veramendi (Caso 13-04) contra el diario Perú 21 por diversas publicaciones realizadas a propósito de sus visitas al penal San Jorge; el descargo del señor Augusto Álvarez Rodrich director del Diario Perú 21; así como las intervenciones realizadas tanto por el congresista Carlos Almerí Veramendi como por el señor Augusto Álvarez Rodrich ante el Tribunal de Ética del Consejo de la Prensa Peruana.

#### CONSIDERANDO:

Que los métodos empleados y las conclusiones a que ha arribado el diario Perú. 21 constituyen un ejercicio razonable del periodismo de investigación, no sólo porque ha verificado y contrastado las fuentes, sino porque ha ofrecido al Congresista Almerí amplia oportunidad para expresar sus puntos de vista y contradecir las afirmaciones;

Que sin embargo, la seriedad de la investigación se diluye cuando, en sus ediciones del 17 y 18 de febrero, Perú. 21 dedica sus primeras páginas a sendos titulares: "Congresista negoció con mafiosos" y "Almerí no se salva" – que no corresponden al contenido, que llaman a escándalo y, de alguna manera, insinúa la existencia de un proceso en el que la persona aludida será condenada o sancionada;

Que es este titular, entonces, el que distorsiona la investigación y causa agravio al señor Almerí, sin que las constantes y notorias contradicciones de éste, para refutar los hechos que le atribuyen, justifiquen el prejuizamiento en que el diario incurre;

Que, en consecuencia, el Tribunal de Ética del Consejo de la Prensa Peruana considera que dichos titulares de primera página exceden en sus afirmaciones, lo que puede deducirse de la investigación realizada;

En uso de las atribuciones conferidas por su reglamento.

#### RESUELVE:

Primero: Declarar fundada en parte la queja interpuesta por el congresista Carlos Almerí Veramendi contra el Diario Perú 21 en el extremo que cuestiona los dos titulares de primera página de dicho diario correspondientes a las ediciones de los días 17 y 18 de febrero del 2004.

Pasaje Yapeyú 140, San Isidro, Lima 27 - Perú

Central telefónica: (511) 264-6409 264-6863 264-5091 Correo-e: consejopp+@amauta.rcp.net.pe  
página web: www.consejoprensaperuana.org.pe

Segundo: Disponer que el Diario Perú 21 publique la presente resolución en un plazo razonable a partir de su notificación.

Regístrese, comuníquese y archívese.

  
MARCIAL RUBIO CORREA  
Presidente

  
ALFONSO DE LOS HEROS P.A.  
Vicepresidente

  
CECILIA BLONDET MONTERO  
Vocal

  
ALBERTO CAZORLA TALLERI  
Vocal

  
MARIO PASCO COSMÓPOLIS  
Vocal

  
ARMANDO ZOLEZZI MÖLLER  
Vocal



## Anexo N° 21



Consejo de la Prensa Peruana

TRIBUNAL DE ETICA  
CONSEJO DE LA PRENSA PERUANA No. 019-TE/2004

Lima, 5 de mayo del 2004.

El Tribunal de Ética:

Vista la queja presentada por el señor Dennis Alonso Ramos García contra el Diario Liberación, (caso 09-04) debido a que el mencionado medio periodístico en su edición del 5 de enero de 2004 publicó en la sección "Sociedad" un artículo titulado "Fiesta de promoción acabó en cruel pesadilla", en el cual se consignó el nombre completo de una menor de ocho años que había sido víctima de tortura y violación y se adjuntó una foto de la misma sin ningún cintillo de seguridad que la proteja; violándose así lo establecido en el último párrafo del artículo 6° del Código de los Niños y Adolescentes.

Que, aunque el Diario Liberación no se encuentra asociado al Consejo de la Prensa Peruana y por ende no se encuentra sujeto a las recomendaciones de este Tribunal, la denuncia en mención fue puesta oportunamente en conocimiento de éste, el que fue invitado, apelando a su trayectoria periodística, a formular sus descargos de modo de que el Tribunal pudiera contar con información suficiente, garantizándose así además el derecho a la defensa.

CONSIDERANDO:

Que a la fecha, el Diario Liberación no ha presentado sus descargos;

Que el Tribunal deberá resolver la presente queja sobre la base de la documentación presentada por el señor Ramos;

Que el último párrafo del artículo 6° del Código de los Niños y Adolescentes establece que: *"Cuando un niño o adolescente se encuentren involucrados como víctimas, autores, partícipes o testigos de una infracción, falta o delito, no se publicará su identidad ni su imagen a través de los medios de comunicación";*

Que este Tribunal considera que la conducta del Diario Liberación de consignar el nombre completo y la foto de una menor que había sido víctima de tortura y violación, sin ningún cintillo de seguridad que la proteja, es violatoria de una norma legal expresa y, además, contraria a la ética periodística;

Que con independencia de que el Código de los Niños y Adolescentes en su artículo 70° establece que las entidades competentes para vigilar el cumplimiento y aplicar las sanciones administrativas por violación de las normas contempladas en dicho Código son el PROMUDEH, la Defensoría del Niño y del Adolescente, y los Gobiernos Locales, este Tribunal emite la presente resolución;

En uso de las atribuciones conferidas por su reglamento.

Pasaje Yapeyú 140, San Isidro, Lima 27 - Perú  
Central telefónica: (511) 264-6409 264-6663 264-5091 Correo-e: consejcpp+@amauta.rpp.net.pe  
página web: www.consejoprensaperuana.org.pe

**RESUELVE:**

**Declarar fundada la queja interpuesta por el señor Dennis Alonso Ramos García contra el Diario Liberación, y en consecuencia:**

**Primero: Exhortar al diario Liberación dar las disculpas del caso; y dar difusión a la presente resolución en su edición más inmediata.**

**Segundo: En caso que el diario Liberación no publique esta resolución en un plazo razonable, el Tribunal de Ética dispondrá su publicación en otros medios de comunicación, asociados al Consejo de la Prensa Peruana**

**Regístrese, comuníquese y archívese.**



**MARCIAL RUBIO CORREA**  
Presidente



**ALFONSO DE LOS HEROS P.A.**  
Vicepresidente



**CECILIA BLONDET MONTERO**

Vocal



**ALBERTO CAZORLA TALLERI**

Vocal



**MARIO PASCO COSMOPOLIS**

Vocal



**ARMANDO ZOLEZZI MÖLLER**

Vocal

## Anexo N° 22



Consejo de la Prensa Peruana

### RESOLUCIÓN DEL TRIBUNAL DE ÉTICA DEL CONSEJO DE LA PRENSA PERUANA No. 23-TE/2004

Lima, 19 de mayo del 2004.

#### EL TRIBUNAL DE ÉTICA:

Vista la queja de fecha 19 de abril de 2004, presentada por el señor Mario Augusto León Cruzado (Caso No. 27-04), actor de la serie "1000 oficios" de Canal 5, contra el diario El Popular y el periodista señor Ernesto Jerardo, debido a que el mencionado medio periodístico en las ediciones de los días 11, 12 y 17 de abril de 2004 publicó una serie de artículos, afirmando que el señor León estaba "harto de 1000 oficios", lo que, según sostiene, no es cierto;

Que la denuncia en mención fue puesta oportunamente en conocimiento del diario El Popular, el que fue invitado a formular sus descargos de modo de que el Tribunal pudiera contar con información suficiente, garantizándose así además el derecho a la defensa;

#### CONSIDERANDO:

Que el 14 de abril de 2004, recibida el día 15, el señor León, envió una carta notarial al Director del diario El Popular solicitándole la rectificación de las notas publicadas los días 11 y 12 de abril de 2004 y manifiesta que la información vertida en dichas notas es falsa;

Que en la edición del día 17 de abril de 2004, el diario El Popular, publicó las declaraciones del señor León en que rectificaba tal información;

Que este Tribunal considera que se ha concedido oportunidad y espacio suficientes al señor León para que expusiera en público su posición;

En uso de las atribuciones conferidas por su reglamento;

Pasaje Yapeyú 140, San Isidro, Lima 27 - Perú

Central telefónica: (511) 264-6409 264-6663 264-5091 Correo-e: [consejopp+@amauta.rcp.net.pe](mailto:consejopp+@amauta.rcp.net.pe)  
página web: [www.consejoprensaperuana.org.pe](http://www.consejoprensaperuana.org.pe)

**RESUELVE:**

Declarar infundada la queja interpuesta por el señor Mario Augusto León Cruzado contra el Diario El Popular.

Regístrese, comuníquese y archívese.



MARCIAL RUBIO CORREA  
Presidente



ALFONSO DE LOS HEROS P.A.  
Vicepresidente



ARMANDO ZOLEZZI MÖLLER  
Vocal



MARIO PASCO COSMÓPOLIS  
Vocal



ALBERTO CAZORLA TALLERI  
Vocal



CECILIA BLONDET MONTERO  
Vocal



## Anexo N° 23



Consejo de la Prensa Peruana

### RESOLUCIÓN DEL TRIBUNAL DE ÉTICA DEL CONSEJO DE LA PRENSA PERUANA N° 31-TE/2004

Lima, 2 de junio del 2004.

El Tribunal de Ética:

Vista la carta de queja formulada ante el Tribunal por el señor Homero Benjamín Burgos Oliveros contra la columna titulada Corrector de Estilo suscrita por Miguel Patiño Bottino, del diario La Industria de Trujillo, en la que se emite opinión sarcástica sobre la presentación del señor Burgos Oliveros en el espacio periodístico "La Ventana Indiscreta" del canal 2 de televisión el día 4 de abril del 2004; y, el descargo efectuado por el señor Alfonso Burga Cerro, codirector del diario La Industria de Trujillo.

#### CONSIDERANDO:

Que la queja está dirigida contra una columna de opinión en la que se comenta crítica y sarcásticamente la presentación del Sr. Burgos Oliveros en canal 2 de televisión;

Que en los comentarios no se atribuye ningún hecho desconocido o equivocado al señor Burgos Oliveros sino que se hace un comentario crítico a su presentación en televisión, lo que constituye una opinión del periodista;

Que, según el Tribunal Constitucional, en la sentencia recaída en el expediente 1797\_2002\_HD\_TC, "*Por su propia naturaleza, los juicios de valor, las opiniones, los pensamientos o las ideas que cada persona pueda tener son de naturaleza estrictamente subjetivas y, por tanto, no pueden ser sometidos a un test de veracidad; a diferencia de lo que sucede con los hechos noticiosos, que, por su misma naturaleza de datos objetivos y contrastables, sí lo pueden ser*";

Que el lenguaje utilizado en el comentario es sarcástico e impropio al hacerse una metáfora entre la presentación del señor Burgos Oliveros y ciertos animales.

En uso de las atribuciones conferidas por su Reglamento

#### RESUELVE:

Artículo primero.- Declarar infundada la queja interpuesta por el señor Burgos Oliveros contra el diario La Industria de Trujillo.

Artículo segundo. - Recomendar a los periodistas que eviten utilizar expresiones y lenguaje agresivos, como ha ocurrido en este caso, porque ello es impropio de la función periodística y de la promoción de la paz.

Regístrese, comuníquese y archívese.

  
**MARCIAL RUBIO CORREA**  
Presidente

  
**ALFONSO DE LOS HEROS P.A.**  
Vicepresidente

  
**CECILIA BLONDET MONTERO**  
Vocal

  
**ALBERTO CAZORLA TALLERI**  
Vocal

  
**MARIO PASCO COSMÓPOLIS**  
Vocal

  
**ARMANDO ZOLEZZI MÖLLER**  
Vocal

## Anexo N° 24



Consejo de la Prensa Peruana

TRIBUNAL DE ÉTICA

CONSEJO DE LA PRENSA PERUANA  
RESOLUCIÓN N° 47-TE/2004

Lima, 13 de octubre del 2004.

El Tribunal de Ética:

Vista la queja que, con fecha 27 de agosto de 2004, formula el señor Isaac Galsky Yacher (Caso 59-04), en relación al artículo "Chile no es un país pacífico" del señor Manuel Jesús Orbegozo, publicado en la revista Gente el día 18 de agosto de 2004, que considera denigrante contra la religión judía, indignante y contrario a la ética, solicitando que el autor del artículo se disculpe con las personas afectadas;

Que la solicitud en mención fue puesta oportunamente en conocimiento de la revista Gente, la que fue invitada a formular sus descargos, garantizándose así el derecho a la defensa;

CONSIDERANDO:

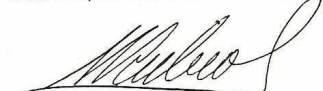
Que no obstante no ser la revista Gente integrante del Consejo de la Prensa Peruana, ha presentado descargos el 13 de setiembre de 2004, señalando que en su edición del 9 de setiembre de 2004, había publicado la carta enviada por el Agregado de prensa de la Embajada de Israel en el Perú y el artículo "Yo soy judío" escrito por el Vicepresidente de la Unión Israelita del Perú, dando así oportunidad a miembros de la comunidad judía para que expresen su opinión acerca del artículo;

Que las opiniones que un periodista expresa bajo su firma no pueden ser objeto de apreciación por este Tribunal, el cual sólo tiene competencia respecto de la apreciación de hechos;

RESUELVE:

Declarar no admisible la queja interpuesta por el señor Isaac Galsky Yacher.

Comuníquese al señor Isaac Galsky Yacher y a la revista Gente.

  
MARCIAL RUBIO CORREA  
Presidente

  
ALFONSO DE LOS HEROS P.A.  
Vicepresidente

  
ALBERTO CAZORLA TALLERI  
Vocal

  
MARIO PASCO COSMÓPOLIS  
Vocal

  
LUIS PEIRANO FALCONI  
Vocal

Calle Los Angeles N° 211 - Miraflores, Lima 18 - Perú  
Central Telefónica: (511) 421-5293 421-5295 Correo-e: [consejopp+@amauta.rcp.net.pe](mailto:consejopp+@amauta.rcp.net.pe)  
página web: [www.consejoprensaperuana.org.pe](http://www.consejoprensaperuana.org.pe)

## Anexo N° 25



TRIBUNAL DE ÉTICA  
CONSEJO DE LA PRENSA PERUANA

### TRIBUNAL DE ÉTICA

#### CONSEJO DE LA PRENSA PERUANA RESOLUCION N° 04-TE/2005

Lima, 2 de febrero de 2005.

#### EL TRIBUNAL DE ÉTICA:

Vista la comunicación del señor Jimmy Arteaga Grustein dirigida al Presidente del Tribunal de Ética del Consejo de la Prensa Peruana con fecha 02 de noviembre del 2004, en la que señala la existencia de diversas publicaciones en su contra relacionadas con el proceso penal que se le sigue en relación a temas contractuales de Frecuencia Latina cuando tenía un alto cargo gerencial en esta empresa; y, asimismo, la carta del 26 de noviembre del 2004 dirigida por el Señor Jimmy Arteaga Grustein al Presidente del Tribunal de Ética del Consejo de la Prensa Peruana en la que refiere que no ha presentado cartas de rectificación por esos hechos y que ha actuado de dicha manera porque la rectificación es "un derecho y no una condición previa para querellar o reclamar por un comportamiento profesional irresponsable";

#### CONSIDERANDO:

1. Que tanto la nota titulada "Arteaga" de la sección "Chiquitas" de la edición del diario Correo correspondiente al sábado 30 de octubre del 2004; como la nota titulada "Arteaga en la fiscalía" publicada en la sección "Ajedrez Político" del diario Expreso del 29 de octubre del 2004, contienen similares términos en referencia a una información oficiosa relacionada con posibles presiones que el señor Jimmy Arteaga estaría realizando a través de abogados ante el Ministerio Público;
2. Que según se puede apreciar, existen otras varias publicaciones en diversos periódicos a partir de junio del 2003 y que, en todos los casos, se asume sistemáticamente una posición de denuncia contra el señor Jimmy Arteaga a propósito del proceso penal antes indicado, tanto en sus contenidos de información como, principalmente, en los respectivos titulares;

Calle Los Ángeles N° 211 – Miraflores, Lima 18 – Perú  
Central Telefónica: (511) 421-5293 421-5295 Correo-e: [consejopp+@amauta.rcp.net.pe](mailto:consejopp+@amauta.rcp.net.pe)  
Página web: [www.consejoprensaperuana.org.pe](http://www.consejoprensaperuana.org.pe)



3. Que en opinión de este Tribunal toda referencia a un proceso penal en curso debe ser hecha de manera exclusivamente informativa, sin deslizar suposiciones de culpabilidad ni pretender influir en las decisiones que, según sus funciones, competen al Ministerio Público o a los Tribunales;
4. Que es fundamental respetar la regla de que *"Toda persona es considerada inocente mientras no se haya declarado judicialmente su responsabilidad"* establecida como derecho en la Constitución. Este principio no es cabalmente cumplido cuando en la primera publicación mencionada en el considerando 1 se dice que las diligencias judiciales *"han permitido demostrar que los delitos imputados son reales"* y en la segunda se dice que *"De acuerdo a fuentes judiciales las pruebas serían contundentes"*
5. Que lo que el señor Jimmy Arteaga ha solicitado no es una rectificación específica como lo señala su carta del 02 de noviembre del 2004 sino que ha interpuesto una queja en relación a la forma como diversos periódicos, unos pertenecientes al Consejo de la Prensa Peruana y otros no, han venido tratando el caso;
6. Que en su carta del 26 de noviembre del 2004 el señor Jimmy Arteaga hace referencia a sus derechos de *"querellar o reclamar por un comportamiento profesional irresponsable"*;
7. Que la querella consiste en un procedimiento jurisdiccional y que los eventuales reclamos de daños también son materia de decisión de los tribunales de justicia por lo que no competen a este Tribunal, que sólo tiene el encargo de emitir resoluciones en aspectos éticos de la actividad periodística de los medios de comunicación afiliados al Consejo de la Prensa Peruana y a otros no afiliados que acepten su competencia;
8. Que según el inciso c) del artículo 3 del Reglamento Interno del Tribunal de Ética del Consejo de la Prensa Peruana, éste tiene como una de sus funciones *"emitir recomendaciones para el debido tratamiento de las materias periodísticas que contribuyan a la formación de una conciencia ética dentro del periodismo peruano"*;

En uso de las atribuciones conferidas por su Reglamento

**RESUELVE:**

1. Recomendar que el tratamiento periodístico del proceso penal seguido contra el señor Jimmy Arteaga en relación a temas contractuales de Frecuencia Latina cuando el señor Arteaga tenía un alto cargo gerencial en esta empresa, sea hecho con respeto al principio de presunción de inocencia señalado en el cuarto considerando de esta resolución.
2. Consecuentemente, evitar sesgos en el tratamiento periodístico del tema que puedan conducir a presionar en la toma de decisiones que, según sus funciones, corresponden al Ministerio Público y a los tribunales de justicia.

Regístrese, comuníquese y archívese.

  
MARCIAL RUBIO CORREA  
Presidente

  
ALFONSO DE LOS HEROS PA.  
Vicepresidente

  
ALBERTO CAZORLA TALLERI  
Vocal

  
MARIO PASCO COSMÓPOLIS  
Vocal

  
LUIS PEIRANO FALCONI  
Vocal

  
TERESA QUIROZ VELASCO  
Vocal

## Anexo N° 26



**TRIBUNAL DE ÉTICA**  
**CONSEJO DE LA PRENSA PERUANA**  
**RESOLUCIÓN N° 08-TE/2005**

Lima, 23 de febrero de 2005.

**El Tribunal de Ética:**

Vista la queja que, con fecha 27 de noviembre de 2004, formula el señor Mauricio Mulder Bedoya en su calidad de Secretario General del Partido Aprista Peruano (Caso 83-04), con relación al tema de portada "Apra busca manejar Poder Judicial y JNE" en la edición del 1 de noviembre de 2004 del diario La República;

Que la solicitud en mención fue puesta oportunamente en conocimiento de La República, el que fue invitado a formular sus descargos de modo de que el Tribunal pudiera contar con información suficiente, garantizándose así además el derecho de defensa;

**CONSIDERANDO:**

Que en su queja el Congresista Mulder afirma que el diario La República ha difamado al Partido Aprista Peruano y a sus afiliados, señalando que la intención y el carácter difamatorio de la publicación están acreditados por el propio contenido del artículo inserto en la página 4 de esa edición; mencionando además que las imputaciones que realiza el diario son falsas con respecto a querer controlar las elecciones en el Poder Judicial y el Jurado Nacional de Elecciones, y que pueden acarrear al Partido Aprista Peruano la desestimación o reprobación de la opinión pública en general;

Que con fecha 2 de febrero de 2005, el señor César Romero, periodista del diario La República, realizó los descargos respectivos, señalando que el Congresista Mulder no indica la frase o párrafo que considera agravante, y ellos no consideran que el artículo publicado contenga frases agravantes que afecten la credibilidad, fama y reputación del Partido Aprista Peruano; considera que el Congresista atribuye una intención o carácter difamatorio en la publicación a partir de un análisis que él realiza del artículo, no porque éste en realidad las contenga;

Que en este caso, al contener el artículo apreciaciones del periodista, que constituyen opinión y no exclusivamente información, estas no pueden ser sujetas a apreciación alguna por parte de este Tribunal;

En uso de las atribuciones conferidas por su reglamento.


Calle Los Ángeles N° 211 – Miraflores, Lima 18 – Perú  
Central Telefónica: (511) 421-5293 421-5295 Correo-e: [consejopp+@amauta.rcp.net.pe](mailto:consejopp+@amauta.rcp.net.pe)  
Página web: [www.consejoprensaperuana.org.pe](http://www.consejoprensaperuana.org.pe)

**RESUELVE:**

Declarar improcedente la queja interpuesta por el señor Congresista Mauricio Mulder Bedoya contra el diario La República, con relación al tema de portada "Apra busca manejar Poder Judicial y JNE", dejando a salvo su derecho de proceder con arreglo a ley.

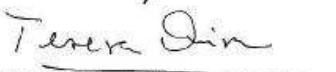
Comuníquese al señor Congresista Mauricio Mulder Bedoya y al diario La República.

  
MARGIAL RUBIO GORREA  
Presidente

  
ALFONSO DE LOS HEROS P.A.  
Vicepresidente

  
ALBERTO CAZORLA TALLERI  
Vocal

  
MARIO PASCO COSMÓPOLIS  
Vocal

  
TERESA QUIROZ VELASCO  
Vocal

  
LUIS PEIRANO FALCONI  
Vocal



## Anexo N° 27



TRIBUNAL DE ÉTICA  
CONSEJO DE LA PRENSA PERUANA

TRIBUNAL DE ÉTICA  
CONSEJO DE LA PRENSA PERUANA  
RESOLUCIÓN N° 07-TE/2006

Lima, 21 de agosto de 2006

EL TRIBUNAL DE ÉTICA:

VISTA:

La queja de fecha 06 de julio de 2006, interpuesta por don Humberto Hernández Schulz, Presidente de la Sociedad de Beneficencia de Lima Metropolitana (SBLM), contra el Director del diario Correo y el periodista Pablo Javier Gómez Debarbieri (Caso 14-06), por el titular y contenido de una nota periodística publicada en la página 19 del diario en mención, el 20 de junio de 2006. Así como el descargo presentado por el diario Correo sobre la referida queja para efectos de realizar sus respectivos descargos, presentado el día 18 de julio del año en curso.

CONSIDERANDO:

Que, en la queja interpuesta por don Humberto Hernández Schulz, Presidente de la SBLM, califica de tendencioso, inexacto, calumnioso y difamatorio el título de la mencionada publicación periodística: "Beneficencia pierde como en la guerra", y asimismo menciona que el periodista no investigó ni obtuvo ningún medio probatorio para cuestionar la Convocatoria de Arrendamiento de la Plaza de Toros de Acho realizada por el Comité de Gestión Patrimonial, el cual es un órgano colegiado autónomo que impide cualquier injerencia de la Ministra de la Mujer y del Presidente de la SBLM, y que por lo tanto se ha lesionado el derecho al honor, buena reputación, imagen propia (Artículo 2.7 Constitución Política del Perú); del mismo modo, se ha incurrido en Delito de Falsedad tipificado en el artículo 411 del Código Penal, y finalmente se ha incumplido con los deberes y obligaciones del periodista, en tanto que se incurre en falta de veracidad y moral, en una calificación a priori, en responsabilidad solidaria del periodista - editor-empresa quienes vulneran derechos, y no se ha observado el valor de la noticia como bien públicos.

Que, en los descargos presentados por el diario Correo, el periodista indica que la SBLM ha sufrido un grave perjuicio económico en los últimos años debido a la mala gestión de los funcionarios que la presiden, resultando incompetentes e irresponsables en cuanto a la labor realizada en el proceso de Adjudicación de la Plaza de Toros de Acho, debido a sus injerencias en la elaboración de las Bases de Licitación -a pesar de la existencia del Comité de Gestión Patrimonial-, a la demora en el mencionado proceso, al otorgamiento de la buena pro a un grupo de empresarios quienes tienen intereses contrapuestos y a la falta de obtención de mayores ganancias con dicha adjudicación. Todo ello es sustentado por medios probatorios anexados en sus descargos.

Que, en el contenido de la nota, el periodista ejerce su derecho de opinión y libertad de expresión con respecto a hechos comprobados mediante sus descargos.

Que, este Tribunal advierte del análisis de la publicación cuestionada, que se ha realizado una investigación periodística fundada en documentación existente, tal como se demuestra en los descargos respectivos presentados por el periodista del diario Correo.

Calle Los Angeles N° 211 - Miraflores, Lima 18 - Perú  
Central telefónica: (511) 421-6293 421-5295 Correo-e: consejopp+@amauta.rcp.net.pe  
página web: www.consejoprensaperuana.org.pe

Que, en el artículo, sin embargo, no se distingue la "información" de la "opinión".

Que, respecto a las opiniones del diario Correo que podrían ser consideradas contrarias al derecho a la buena reputación, imagen e incluso configurar presuntos delitos, el Tribunal de Ética carece de competencia para ese efecto, siendo los tribunales ordinarios los competentes para emitir un pronunciamiento al respecto.

En uso de las atribuciones conferidas por su reglamento,

**RESUELVE:**

1. Declarar infundada la presente queja debido a que se trata de un caso de ejercicio de la libertad de opinión y no corresponde al Tribunal de Ética del Consejo de la Prensa Peruana resolver los conflictos que se deriven de dicho ejercicio.
2. Declarar que las presuntas infracciones penales o de infracción de derechos constitucionales son de exclusiva competencia de las instancias jurisdiccionales reconocidas en el ordenamiento jurídico peruano, por lo cual no compete al Tribunal de Ética del Consejo de la Prensa Peruana resolver dichos casos.
3. Recomendar a los directores, editores de los medios de comunicación y periodistas en general, hacer explícita la diferencia entre textos informativos y textos de opinión para evitar una ambigüedad que genere interpretaciones confusas a fin de que el ejercicio de opinar se lleve a cabo con el rigor periodístico propio de un periodismo transparente y profesional.

Regístrese, comuníquese y archívese.


  
LUIS PEIRANO FALCONI  
Presidente

  
ALFONSO DE LOS HEROS P.A.  
Vicepresidente

  
ALBERTO CAZORLA TALLERI  
Vocal

  
MARCIAL RUBIO CORREA  
Vocal

  
TERESA QUIROZ VELASCO  
Vocal

  
URSULA FREUNDT THURNE  
Vocal

  
DIEGO GARCÍA SAYÁN  
Vocal

## Anexo N° 28



TRIBUNAL DE ÉTICA  
CONSEJO DE LA PRENSA PERUANA  
RESOLUCIÓN N° 04-TE/2008

Lima, 7 de mayo del 2008.

EL TRIBUNAL DE ÉTICA

VISTA:

La queja presentada por la señora Lenith Meléndez Maldonado (Caso 11-08), con relación al artículo "Gata fiero full mamalú", publicado en el diario Ajá, el 7 de abril del 2008. Así como el descargo enviado por el señor Eduardo Toledo Alva, director del diario Ajá.

CONSIDERANDO

Que la señora Lenith Meléndez Maldonado considera que el artículo en mención menoscaba las normas de la ética y la investigación periodística y atenta contra su honor y buena reputación no se sustenta en hechos reales al referirse a un video que ha sido difundido en la página de Internet de YouTube.

Que el director del diario Ajá, refiere en su descargo que el artículo mencionado fue publicado con una finalidad informativa, pues teniendo en consideración el estilo periodístico del diario y del público al que se dirige, resultaba relevante un hecho que vinculaba a una persona de la farándula.

Que las versiones de la quejosa al respecto han sido contradictorias, motivo por el cual resulta irrelevante a juicio de este Tribunal discutir sobre la veracidad o no de las mismas, toda vez que la cuestión de fondo es si se afectó o no la intimidad de la persona

Que, con relación al contenido de la publicación cuestionada, ésta aborda aspectos claramente comprendidos en la esfera íntima de una persona, constituyendo una intromisión en su vida privada. En consecuencia, a juicio del Tribunal de Ética, la citada publicación, por su naturaleza, afecta sustantivamente el derecho de intimidad de las personas

En uso de las atribuciones conferidas por su Reglamento.

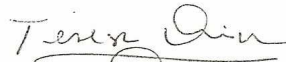
RESUELVE

1. Declarar fundada la queja interpuesta por la señora Lenith Meléndez Maldonado (Caso 11-08), con relación al artículo "Gata fiero full mamalú", publicado en el diario Ajá, el 7 de abril del 2008.

Calle Los Ángeles N° 211 - Miraflores, Lima 18 - Perú  
Central Telefónica: (511) 421-5293 421-5295 Correo-e: consejopp+@amauta.rcp.net.pe  
Página web: www.consejoprensaperuana.org.pe


2. Disponer que el diario Ajá publique la presente resolución en el plazo de ocho días de notificada. Si no realizara tal publicación, el Tribunal de Ética dispone que la resolución sea difundida en los medios de comunicación asociados el Consejo de la Prensa Peruana.


Regístrese, comuníquese y archívese.

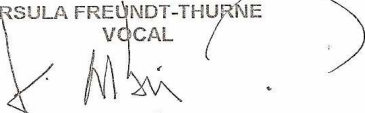
  
TERESA QUIROZ VELASCO  
PRESIDENTA

  
LUIS PEIRANO FALCONI  
VOCAL

  
DIEGO GARCIA SAYÁN  
VOCAL

  
ALFONSO DE LOS HEROS PÉREZ-ALBELA  
VICEPRESIDENTE

  
ÚRSULA FREUNDT-THURNE  
VOCAL

  
WALTER ALBÁN PERALTA  
VOCAL



## Anexo N° 29



TRIBUNAL DE ÉTICA  
CONSEJO DE LA PRENSA PERUANA

TRIBUNAL DE ÉTICA  
CONSEJO DE LA PRENSA PERUANA  
RESOLUCIÓN N° 06-TE/2008

Lima, 4 de junio del 2008.

**EL TRIBUNAL DE ÉTICA**

**VISTA:**

La solicitud de rectificación de la doctora Carmen Rojjasi Pella, vocal de la Corte Superior de Justicia de Lima, (Caso 12-08), con relación al artículo "OCMA abre otro proceso contra vocal que presidirá el Caso Andahuaylazo" y el editorial "Doble juego en administración de justicia", publicados en el diario El Comercio, el 17 y 18 de marzo del 2008, respectivamente; así como el descargo enviado a solicitud del Tribunal de Ética, el 7 de mayo del 2008, por el diario El Comercio, representado por el Gerente Legal de la Empresa Editora El Comercio S.A., Miguel Ángel Salmón Jacobs.

**CONSIDERANDO:**

Que la doctora Carmen Rojjasi Pella sostiene que en el artículo "OCMA abre otro proceso contra vocal que presidirá el Caso Andahuaylazo" se informa que la Oficina de Control de la Magistratura (OCMA) abrió proceso disciplinario en contra suya, por no haber prorrogado el mandato de detención de tres secuestradores, por la resolución que los liberó y por no evitar la excarcelación de dichas personas. Que en el editorial "Doble juego en administración de justicia", se afirma que hay en curso un proceso disciplinario por su actuación en el juicio seguido a tres secuestradores, a los que concedió libertad y excarceló antes de que fueran sentenciados.

Que el 19 de marzo, la vocal Rojjasi envió una carta de rectificación al diario El Comercio negando haber concedido libertad a los referidos secuestradores y que su actuación en el caso se limitó a disponer que se eleve el expediente a la Fiscalía Suprema Penal, pues el fiscal de rango inferior opinó por archivar parte de la denuncia, por lo que la quejosa considera que no es responsable de la demora incurrida para tramitar el expediente en dicha instancia. La vocal también indica que posteriormente ella asumió el caso y el 10 de agosto del 2007 emitió sentencia condenatoria de 30 años de pena privativa de la libertad contra los tres delincuentes.

Que el Gerente Legal de la Empresa Editora El Comercio S.A. señala en su descargo que atendiendo a la solicitud del Tribunal de Ética, el 9 de abril publicó la rectificación enviada por la doctora Rojjasi, en la sección "Díganos lo que piensa", página A5 Opinión, del diario El Comercio. En consecuencia, el diario considera que ha cumplido con rectificar la información, en los términos y proporciones solicitados de acuerdo a los preceptos legales sobre la materia.

Que la regla 1ª del documento Criterios y Reglas del Tribunal de Ética refiere que las opiniones no son materia de rectificación; sin embargo, el editorial "Doble juego en administración de justicia", no se limita a difundir la opinión de su autor, sino que informa sobre hechos concretos atribuidos a la doctora Rojjasi, motivo por lo que el Tribunal tiene facultades para resolver el pedido de rectificación sobre dicha información.

Que si bien el diario El Comercio publicó extractos de la carta rectificatoria de la doctora Rojjasi, añadió un comentario indicando que: "la vocal Rojjasi critica que en el editorial *Doble*

juego en administración de justicia se diga que ella *concedió libertad y excarceló*. Ello merece una precisión. La OCMA le abrió proceso disciplinario por no hacer nada para evitar la salida de un grupo de secuestradores en julio del 2006. En rigor, fueron otros los vocales que excarcelaron a los reos y que también son investigados por el órgano de control según resolución que se publicó en su momento. Respecto de nuestro conocimiento del proceso reservado, a ningún lector escapa, y la firmante no es una excepción, que el trabajo periodístico consiste en obtener información documental (en la medida de lo posible y protegiendo la identidad de nuestras fuentes) para informar con precisión".

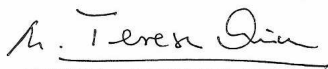
Que dicho comentario esta en contra de lo que señala el precedente vinculante establecido en punto 27 de la sentencia del Tribunal Constitucional en el expediente 3362-2004-AA/TC, que refiere que el medio de comunicación no podrá insertar en la misma nota rectificatoria, como titular o comentario, nuevas apreciaciones o noticias, pues al insistir, revertir o poner en duda la rectificación del reclamante, se desvirtuaría la naturaleza de la rectificación, anulando el contenido esencial de dicho derecho fundamental. Además, dicha sentencia refiere en su fundamento N° 20 que tratándose de una edición escrita, la rectificación deberá publicarse íntegramente, sin intercalaciones, en la misma página y con características similares a la comunicación que lo haya provocado o, en su defecto, en un lugar destacado de la misma sección.

En uso de las atribuciones conferidas por su Reglamento.

#### RESUELVE

1. Declarar fundada la solicitud de rectificación presentada por la doctora Carmen Rojasi Pella, vocal de la Corte Superior de Justicia de Lima, (Caso 12-08), con relación al artículo "OCMA abre otro proceso contra vocal que presidirá el Caso Andahuaylazo" y el editorial "Doble juego en administración de justicia", publicados en el diario El Comercio, el 17 y 18 de marzo respectivamente.
2. Disponer que el diario El Comercio, publique la carta de rectificación presentada por Carmen Rojasi Pella a dicho medio de comunicación, en la forma que señala el precedente del Tribunal Constitucional citado en la parte considerativa.
3. Si la rectificación no fuere hecha en un plazo de siete días calendarios de recibida la presente resolución, el Tribunal podrá reconvenirlo y en caso que no se publique la rectificación, dispondrá que la misma sea difundida en los medios de comunicación asociados al Consejo de la Prensa Peruana, acompañada de una nota explicatoria que el Tribunal elaborará al respecto.

Regístrese, comuníquese y archívese.

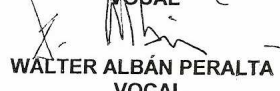
  
TERESA QUIROZ VELASCO  
PRESIDENTA

  
LUIS PEIRANO FALCONÍ  
VOCAL

  
DIEGO GARCIA SAYÁN  
VOCAL

  
ALFONSO DE LOS HEROS PÉREZ-ALBELA  
VICEPRESIDENTE

  
ÚRSULA FREUNDT-THURNE  
VOCAL

  
WALTER ALBÁN PERALTA  
VOCAL

## **Anexo N° 30**

### **Presidentes del Perú**

|           |   |
|-----------|---|
| 1821-1822 | Don José de San Martín (Supremo Protector)          |
| 1822-1823 | José de La Mar (Junta de Gobierno)                  |
| 1822-1823 | Manuel Salazar y Baquijano (Junta de Gobierno)      |
| 1823      | José de la Riva Agüero (Primer Presidente)          |
| 1823-1824 | José Bernardo de Torre Tagle (Segundo Presidente)   |
| 1824-1826 | Simón Bolívar (Libertador del Perú)                 |
| 1826-1827 | Andrés de Santa Cruz (Nacido en Bolivia)            |
| 1827      | Manuel Salazar y Baquijano (Interino)               |
| 1827-1829 | José de La Mar                                      |
| 1829-1833 | Agustín Gamarra                                     |
| 1834      | Pedro Pablo Bermúdez                                |
| 1833-1835 | Luis José de Orbegoso                               |
| 1835-1836 | Felipe Santiago Salaverry                           |
| 1836-1837 | Andrés de Santa Cruz (Confederación Perú-boliviana) |
| 1838-1841 | Agustín Gamarra                                     |
| 1841-1842 | Manuel Menéndez (Presidente Interino)               |
| 1842-1843 | Juan Crisóstomo Torrico                             |
| 1842-1843 | Francisco Vidal                                     |
| 1843-1844 | Domingo Elías                                       |
| 1843-1844 | Domingo Nieto                                       |
| 1844      | Justo Figuerola                                     |
| 1844      | Manuel Ignacio de Vivanco                           |
| 1844      | Ramón Castilla                                      |
| 1844-1845 | Manuel Menéndez (Presidente Interino)               |
| 1845-1851 | Ramón Castilla                                      |
| 1851-1855 | José Rufino Echenique                               |
| 1855-1862 | Ramón Castilla                                      |
| 1862-1863 | Miguel de San Román                                 |
| 1863      | Ramón Castilla                                      |
| 1863      | Pedro Diez Canseco (Presidente interino)            |
| 1863-1865 | Juan Antonio Pezet                                  |
| 1863      | Pedro Diez Canseco (Presidente interino)            |
| 1865-1868 | Mariano Ignacio Prado                               |
| 1868      | Pedro Diez Canseco (Presidente interino)            |
| 1868-1872 | José Balta  |
| 1872      | Mariano Herencia Zevallos                           |
| 1872-1876 | Manuel Pardo  |

|           |                            |
|-----------|----------------------------|
| 1876-1879 | Mariano Ignacio Prado      |
| 1879      | Luis La Puerta             |
| 1879-1881 | Nicolás de Piérola         |
| 1881      | Francisco García Calderón  |
| 1881-1883 | Lizardo Montero            |
| 1883-1885 | Miguel Iglesias            |
| 1885-1886 | Antonio Arenas             |
| 1886-1890 | Andrés A. Cáceres          |
| 1890-1894 | Remigio Morales Bermúdez   |
| 1894      | Justiniano Borgoño         |
| 1894-1895 | Andrés A. Cáceres          |
| 1895      | Manuel Candamo             |
| 1895-1899 | Nicolás de Piérola         |
| 1899-1903 | Eduardo López de Romaña    |
| 1903-1904 | Manuel Candamo             |
| 1904      | Serapio Calderón           |
| 1904-1908 | José Pardo y Barreda       |
| 1908-1912 | Augusto B. Leguía          |
| 1912-1914 | Guillermo Billinghurst     |
| 1914-1915 | Óscar R. Benavides         |
| 1915-1919 | José Pardo y Barreda       |
| 1919-1930 | Augusto B. Leguía          |
| 1930-1931 | Luis Miguel Sánchez Cerro  |
| 1931      | David Samanez Ocampo       |
| 1931-1933 | Luis Miguel Sánchez Cerro  |
| 1933-1939 | Óscar R. Benavides         |
| 1939-1945 | Manuel Prado Ugarteche     |
| 1945-1948 | José Bustamante y Rivero   |
| 1948-1956 | Manuel A. Odria            |
| 1956-1962 | Manuel Prado Ugarteche     |
| 1962-1963 | Ricardo Pérez Godoy        |
| 1962-1963 | Nicolás Lindley            |
| 1963-1968 | Fernando Belaunde Terry    |
| 1968-1975 | Juan Velasco Alvarado      |
| 1975-1980 | Francisco Morales Bermúdez |
| 1980-1985 | Fernando Belaunde Terry    |
| 1985-1990 | Alan García Pérez          |
| 1990-2000 | Alberto Fujimori Fujimori  |
| 2000-2001 | Valentín Paniagua Corazao  |
| 2001-2006 | Alejandro Toledo Manrique  |
| 2006-2011 | Alan García Pérez          |

## Anexo N° 31

### Índice promedio de lectura de diarios según niveles socioeconómicos Nacional urbano

Del 27 Noviembre al 03 de Diciembre del 2006

Grupo Objetivo: Hombres y mujeres de 11 años a más

Muestra: 4,760 personas

| Diarios            | Total       | n/socio económicos |              |               |               |
|--------------------|-------------|--------------------|--------------|---------------|---------------|
|                    | %           | mls.               | Alto/Medio   | Bajo/Superior | Bajo/Inferior |
| <b>Lectoría</b>    | <b>33.1</b> | <b>5019.1</b>      | <b>913.2</b> | <b>1593.3</b> | <b>2512.6</b> |
| 01 TROME           | 5.7         | 869.8              | 118.2        | 292.2         | 459.4         |
| 02 EL POPULAR      | 5.5         | 829.7              | 48.1         | 248.9         | 532.7         |
| 03 CORREO          | 5.2         | 796.4              | 142.9        | 279.6         | 373.9         |
| 04 EL COMERCIO     | 3.5         | 534.0              | 319.4        | 130.9         | 83.6          |
| 05 OJO             | 3.5         | 526.0              | 89.2         | 202.9         | 233.8         |
| 06 AJA             | 3.4         | 512.7              | 72.4         | 165.8         | 274.5         |
| 07 LIBERO          | 2.3         | 351.7              | 36.6         | 136.4         | 178.8         |
| 08 PERU.21         | 2.2         | 328.8              | 114.7        | 128.2         | 85.8          |
| 09 LA REPUBLICA    | 1.9         | 290.7              | 77.0         | 112.3         | 101.4         |
| 10 EL BOCON        | 1.3         | 196.3              | 38.7         | 64.2          | 93.4          |
| 11 EXTRA           | 0.7         | 103.4              | 12.6         | 39.3          | 51.6          |
| 12 LA RAZON        | 0.7         | 100.3              | 14.5         | 35.8          | 50.0          |
| 13 EL MEN          | 0.7         | 98.8               | 11.0         | 15.2          | 72.5          |
| 14 EL CHINO        | 0.6         | 93.8               | 6.8          | 20.8          | 66.3          |
| 15 EXPRESO         | 0.5         | 79.8               | 24.6         | 26.7          | 28.5          |
| 16 TODO SPORT      | 0.4         | 66.5               | 5.7          | 22.3          | 38.5          |
| 17 O. DIARIOS LIMA | 0.9         | 137.2              | 65.7         | 35.7          | 35.9          |
| 18 DIARIOS DE INT. | 3.5         | 534.9              | 77.2         | 179.1         | 278.5         |

**Fuente:** C.P.I., COMPAÑÍA PERUANA DE ESTUDIOS DE MERCADOS Y OPINIÓN PÚBLICA S.A.C.

*Elaboración propia.*

## Anexo N° 32

### Índice promedio de lectoría de diarios según niveles socioeconómicos Lima Metropolitana

**Del 10 al 16 Setiembre del 2007**

**Universo: 6 565,200 personas. Hombres y mujeres de 11 años a más**

**Muestra: 2636**

| Diarios                      | Total       |               | n/socio económicos |               |               |
|------------------------------|-------------|---------------|--------------------|---------------|---------------|
|                              | %           | mls.          | Alto/Medio         | Bajo/Superior | Bajo/Inferior |
| <b>% Mls. Mls. Mls. Mls.</b> | <b>44.9</b> | <b>2944.9</b> | <b>742.8</b>       | <b>1006.9</b> | <b>1195.2</b> |
| 1 Trome                      | 13.8        | 905.9         | 130.1              | 341.9         | 433.9         |
| 2 El Comercio                | 7.7         | 507.6         | 318.2              | 123.3         | 66.1          |
| 3 Ojo                        | 6.0         | 391.3         | 79.4               | 150.5         | 161.4         |
| 4 El Popular                 | 4.0         | 263.6         | 19.0               | 92.4          | 152.2         |
| 5 Perú.21                    | 3.8         | 250.5         | 115.6              | 80.3          | 54.6          |
| 6 Aja                        | 3.6         | 236.8         | 22.1               | 79.9          | 134.8         |
| 7 Correo                     | 3.4         | 224.4         | 74.5               | 72.5          | 77.4          |
| 8 El Bocón                   | 2.6         | 174.0         | 36.5               | 61.9          | 75.6          |
| 9 Líbero                     | 2.5         | 162.3         | 17.5               | 55.2          | 89.6          |
| 10 La República              | 1.7         | 112.6         | 47.7               | 35.4          | 29.5          |
| 11 El Men                    | 1.4         | 92.1          | 10.4               | 18.4          | 63.3          |
| 12 Extra                     | 1.3         | 86.5          | 13.6               | 29.7          | 43.2          |
| 13 La Razón                  | 1.3         | 83.0          | 21.9               | 29.8          | 31.3          |
| 14 La Primera                | 1.1         | 73.0          | 27.3               | 27.3          | 18.4          |
| 15 Todo Sport                | 0.9         | 56.8          | 12.3               | 17.6          | 26.9          |
| 16 El Chino                  | 0.9         | 56.7          | 1.7                | 10.8          | 44.2          |
| 17 Expreso                   | 0.8         | 52.3          | 17.2               | 16.1          | 19.0          |
| 18 Otros Diarios             | 0.8         | 49.7          | 33.1               | 12.6          | 4.0           |

**Fuente: C.P.I., COMPAÑÍA PERUANA DE ESTUDIOS DE MERCADOS Y OPINIÓN PÚBLICA S.A.C.**

**Elaboración propia.**

## Anexo N° 33

### Índice promedio de lectoría de revistas y suplementos según niveles socioeconómicos Lima Metropolitana

Del 18 al 24 de Septiembre del 2006

Grupo Objetivo: Hombres y mujeres de 11 años a más

Muestra: 2270 personas

| Revistas y Suplementos  | Total       |               | n/socio económicos |               |               |
|-------------------------|-------------|---------------|--------------------|---------------|---------------|
|                         | %           | mls.          | Alto/Medio         | Bajo/Superior | Bajo/Inferior |
|                         | <b>38.1</b> | <b>2398.1</b> | <b>889.5</b>       | <b>765.2</b>  | <b>743.4</b>  |
| 01 SOMOS EL COMERCIO    | <b>8.1</b>  | <b>511.6</b>  | 344.6              | 93.3          | 73.7          |
| 02 CLASIFICADOS         |             |               |                    |               |               |
| SUP. EL COMERCIO        | <b>7.3</b>  | <b>461.3</b>  | 241.0              | 136.5         | 83.8          |
| 03 EL TALAN SUP. TROME  | <b>7.1</b>  | <b>448.6</b>  | 39.3               | 169.3         | 240.0         |
| 04 CABLE TV             | <b>5.7</b>  | <b>359.3</b>  | 208.1              | 96.1          | 55.1          |
| 05 EL DOMINICAL         |             |               |                    |               |               |
| SUP. EL COMERCIO        | <b>5.6</b>  | <b>354.3</b>  | 232.0              | 83.0          | 39.3          |
| 06 MI HOGAR             |             |               |                    |               |               |
| SUP. EL COMERCIO        | <b>5.5</b>  | <b>346.4</b>  | 213.6              | 97.6          | 35.2          |
| 07 LA GUIA CLASIFICADOS |             |               |                    |               |               |
| SUP. CORREO-OJO         | <b>4.7</b>  | <b>293.2</b>  | 85.1               | 91.9          | 116.2         |
| 08 EL GRAFICO PERU      | <b>4.3</b>  | <b>268.0</b>  | 80.0               | 96.2          | 91.8          |
| 09 CARETAS              | <b>3.0</b>  | <b>190.2</b>  | 109.3              | 48.0          | 32.9          |
| 10 GISELA               | <b>2.9</b>  | <b>184.5</b>  | 71.1               | 64.4          | 49.0          |
| 11 MAGALY TE VE         | <b>2.9</b>  | <b>180.6</b>  | 67.6               | 58.4          | 54.6          |
| 12 VANIDADES            | <b>2.2</b>  | <b>137.4</b>  | 66.0               | 43.4          | 28.0          |
| 13 DIA_1                |             |               |                    |               |               |
| SUP. EL COMERCIO        | <b>1.8</b>  | <b>115.1</b>  | 78.6               | 19.5          | 17.0          |
| 14 VIAJERO              |             |               |                    |               |               |
| SUP. EL COMERCIO        | <b>1.6</b>  | <b>103.8</b>  | 80.9               | 10.9          | 12.0          |
| 15 ESTILO               |             |               |                    |               |               |
| SUP. EL COMERCIO        | <b>1.4</b>  | <b>89.8</b>   | 69.9               | 11.3          | 8.6           |
| 16 REBELDE              | <b>1.3</b>  | <b>79.9</b>   | 16.5               | 31.1          | 32.3          |
| 17 COSAS                | <b>1.2</b>  | <b>73.6</b>   | 56.6               | 17.0          | 0.0           |
| 18 DOMINGO SUP.         |             |               |                    |               |               |
| LA REPUBLICA            | <b>1.2</b>  | <b>73.2</b>   | 30.0               | 28.2          | 15.0          |
| 19 RUEDAS & TUERCAS     | <b>0.9</b>  | <b>55.4</b>   | 29.0               | 14.6          | 11.8          |
| 20 GENTE                | <b>0.9</b>  | <b>53.6</b>   | 22.3               | 18.5          | 12.8          |
| 21 PC WORLD PERU        | <b>0.8</b>  | <b>49.9</b>   | 26.3               | 20.7          | 2.9           |
| 22 COSMOPOLITAN         | <b>0.8</b>  | <b>49.6</b>   | 32.0               | 14.1          | 3.5           |
| 23 NATIONAL             |             |               |                    |               |               |
| GEOGRAPHIC              | <b>0.7</b>  | <b>44.9</b>   | 27.1               | 11.9          | 5.9           |
| 24 TU                   | <b>0.7</b>  | <b>44.1</b>   | 30.2               | 11.0          | 2.9           |
| 25 IDEAS                | <b>0.4</b>  | <b>28.1</b>   | 14.8               | 10.4          | 2.9           |
| 26 BUENHOGAR REV        | <b>0.4</b>  | <b>26.2</b>   | 20.5               | 2.8           | 2.9           |
| 27 PC MAGAZINE          | <b>0.4</b>  | <b>25.1</b>   | 7.8                | 11.2          | 6.1           |
| 28 MEC. POPULAR         | <b>0.2</b>  | <b>14.5</b>   | 5.3                | 3.3           | 5.9           |
| 29 PREVENTION           | <b>0.2</b>  | <b>13.7</b>   | 10.9               | 2.8           | 0.0           |
| 30 MEN'SHEALTH REV      | <b>0.2</b>  | <b>13.6</b>   | 10.3               | 3.3           | 0.0           |
| 31 OTRAS REVISTAS       | <b>5.9</b>  | <b>373.6</b>  | 219.9              | 98.7          | 55.0          |

Fuente: C.P.I. Elaboración propia.

## Anexo N° 34

### Índice promedio de lectoría de diarios En ciudades del Perú con más de cien mil lectores

Medición en 3 semanas consecutivas durante el mes de Abril 2008.

Promedio de lectores de lunes a domingo

Grupo Objetivo: Población de 15 años de edad a más. Muestra: 1700 personas por ciudad

#### Arequipa

| <b>Diarios</b>           | <b>Rtg.</b> | <b>Miles</b> |
|--------------------------|-------------|--------------|
| <b>Lectoría promedio</b> | 36.9        | 225.9        |
| CORREO (LOCAL)           | 14.7        | 89.9         |
| EL POPULAR               | 7.6         | 46.8         |
| EL PUEBLO                | 6.7         | 41.1         |
| LA REPUBLICA             | 6.0         | 36.7         |
| OJO                      | 3.4         | 20.8         |

#### Chiclayo

| <b>Diarios</b>           | <b>Rtg.</b> | <b>Miles</b> |
|--------------------------|-------------|--------------|
| <b>Lectoría promedio</b> | 35.2        | 146.3        |
| EL POPULAR               | 11.4        | 47.5         |
| LA INDUSTRIA             | 7.2         | 29.9         |
| EL NORTEÑO               | 5.7         | 23.6         |
| TROME                    | 5.5         | 23.0         |
| OJO                      | 5.1         | 21.3         |

#### Piura

| <b>Diarios</b>           | <b>Rtg.</b> | <b>Miles</b> |
|--------------------------|-------------|--------------|
| <b>Lectoría promedio</b> | 53.3        | 183.9        |
| LA HORA                  | 26.6        | 91.9         |
| CORREO                   | 23.9        | 82.5         |
| EL TIEMPO                | 13.6        | 46.9         |
| EL POPULAR               | 8.5         | 29.5         |
| TROME                    | 5.1         | 17.5         |

#### Iquitos

| <b>Diarios</b>           | <b>Rtg.</b> | <b>Miles</b> |
|--------------------------|-------------|--------------|
| <b>Lectoría promedio</b> | 43.8        | 114.2        |
| EL POPULAR               | 22.8        | 59.5         |
| TROME                    | 10.1        | 26.4         |
| LA REGIÓN                | 9.0         | 23.6         |
| LIBERO                   | 4.5         | 11.8         |
| LA REPÚBLICA             | 4.3         | 11.1         |

#### Trujillo

| <b>Diarios</b>           | <b>Rtg.</b> | <b>Miles</b> |
|--------------------------|-------------|--------------|
| <b>Lectoría promedio</b> | 40.5        | 208.6        |
| EL POPULAR               | 11.8        | 60.6         |
| SATELITE                 | 11.3        | 58.0         |
| LA INDUSTRIA             | 8.9         | 45.9         |
| LIBERO                   | 6.6         | 33.9         |
| TROME                    | 4.0         | 20.6         |

Fuente: C.P.I. Elaboración propia.